

**Universidad de San Carlos De Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Departamento de estudios de Postgrado
Maestría en Comunicación Organizacional**



**“Diagnóstico y estrategia de comunicación organizacional del
Proyecto Arqueológico Cuenca el Mirador”
Informe final**

Presentado por:

**Ana Olivia Castañeda Arroyo
Carné: 200215493**

Guatemala, octubre 2016

**Universidad de San Carlos De Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Departamento de estudios de Postgrado
Maestría en Comunicación Organizacional**



**Diagnóstico y estrategia de comunicación organizacional del
Proyecto Arqueológico Cuenca el Mirador**

Presentado por:

**Licda. Ana Olivia Castañeda Arroyo
Carné: 200215493**

**Previo a conferírsele el título de:
Magister Artium en Comunicación Organizacional**

Guatemala, octubre 2016



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación



Guatemala, 19 de octubre de 2018
Orden de impresión
No.021-2018 GAMP/Machq

Estudiante
Ana Olivia Castañeda Arroyo
Carné No. 200215493

Estimada Estudiante Castañeda:

Nos complace informarle que con base a la autorización de informe final del Trabajo de Graduación por la Terna Examinadora con el título **“Diagnóstico y estrategia de comunicación organizacional del Proyecto Arqueológico Cuenca el Mirador”**, se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que dos ejemplares impresos y un cd en formato PDF sean entregados en el departamento de Postgrado de esta unidad académica, ubicado en el Primer Piso del edificio Bienestar Estudiantil, un Trabajo de Graduación y un cd en formato PDF en Biblioteca Flavio Herrera y un trabajo de graduación y un cd en formato PDF en Biblioteca Central de esta Universidad.

Es para nosotros un orgullo contar con una profesional egresada de esta escuela como usted, que posee los conocimientos para desenvolverse en el campo de la comunicación organizacional.

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



Escuela de Ciencias de la Comunicación
DIRECTOR

MSc. Sergio Vinicio Morataya García
Director ECC



M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo
Director Dpto. de Estudios de Postgrado



c.c. Archivo

“Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad”
OLIVERIO CASTAÑEDA DE LEÓN

Edificio M2, Ciudad Universitaria, zona 12 • Teléfono: (502) 2418-8920. Telefax: (502) 2418-9810
www.comunicacion.usac.edu.gt

Universidad de San Carlos de Guatemala

Autoridades Centrales

Rector
Secretario General

Dr. Carlos Guillermo Alavarado Cerezo
Dr. Carlos Enrique Camey Rodas

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Consejo Directivo

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García
García
Director

Mtro. Gustavo Adolfo Morán Portillo
Lic. Mario Enrique Campos Trijilio
Representantes docentes

Pbl. Anaite Machuca
Prdta. Mario Barrientos
Representantes estudiantiles

Lic. Jhonny Michael González Batres
Representante de egresados

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos
Secretaria

Consejo Académico de Postgrado

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya
Director

Mtro. Gustavo Adolfo Morán Portillo
Secretario

Tribunal examinador

Dr. Gustavo Adolfo Bracamonte Cerón
Maestra Heidi Lorena Melgar Reyna
Mtro. Gustavo Adolfo Morán Portillo

Para efectos legales, únicamente el autor es responsable del contenido de este trabajo.

ÍNDICE

RESUMEN.....	i
---------------------	----------

CAPITULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE COMUNICACIÓN	1
1.2 Ubicación geográfica	1
1.3 Naturaleza de la organización	2
1.4 Líneas estratégicas	3
1.5 Principales actividades de la organización	4
1.6 Actores	4
1.7 Organigrama.....	5
1.8 Perfil de los colaboradores	6
2. METODOLOGÍA	20
2.1 Técnicas:.....	21
3. COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA	23
3.1 Resultado de la encuesta de comunicación interna:	23
3.2 Población y muestra:.....	23
3.3 Diagnóstico Comunicacional	34
3.3.1 Análisis de la comunicación interna	35
3.4 Principales medios de comunicación interna.....	35
3.5 Principales medios de comunicación	35
3.6 Estrategia para comunicación en crisis	36
3.7 Análisis de comunicación externa	36
3.7.1. Mapa de públicos	36
3.7.2 Usuarios.....	36
3.7.3 Instituciones	37
3.8 Análisis de la identidad corporativa	48
3.8.1 Signos	49
3.8.2 Funciones	50
3.9 Análisis de la imagen corporativa.....	50

3.10 Elementos	50
3.11 Comunicación en crisis.....	51
3.12 FODA	51
3.12 Análisis y pronóstico de la situación	52
3.12.1 Alternativas entre fortalezas y oportunidades	52
3.12.2 Alternativas entre debilidades y oportunidades.....	53
3.12.3 Alternativas entre fortalezas y amenazas	53
3.12.4 Alternativas entre debilidades y amenazas	54
3.13 Factores influyentes directos e indirectos.....	54
3.14.1 Factores directos.....	54
3.15.2 Factores indirectos	55
3.16.3 Árbol de problemas	55
3.17.4 Determinación de prioridades comunicacionales	56
3.18 Prioridades de comunicación interna	56
3.18 Prioridades de comunicación externa	57
3.19 Propuesta de posibles soluciones	58
3.19.1 Posibles soluciones para comunicación interna.....	58
3.19.2 Posibles soluciones para comunicación externa.....	58
3.19.3 Funciones de la comunicación:	58
3.20 Fundamentos epistemológicos	59
3.21 Teorías de la comunicación.....	59
3.22 Cronograma de diagnóstico	64
4. PROPUESTA DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	65
4.1 Justificación.....	65
4.2 Comunicación externa:.....	67
4.3 Públicos.....	67
4.3.1 Público interno	67
4.3.2 Público externo	67
4.4 Propuesta	68
4.5.1 Matriz de Coherencia	69
4.6 Plan de Comunicación.....	75

4.6.1. Comunicación interna	75
4.6.2 Comunicación externa	78
4.7 Productos de la estrategia de comunicación	81
4.7.1 Productos de comunicación interna:	81
4.7.2 Productos de comunicación externa:	81
4.8 Validaciones	91
4.8.1 Validación de productos	91
4.8.2 Validación técnica	91
4.9 Cronograma de ejecución de la estrategia	92
4.10 Monitoreo y evaluación.....	93
4.11 Fortalecimiento institucional	95
4.12 Retroalimentación	95
4.13 Implementación	95
5. RESULTADOS.....	97
5.1. Resultados a futuro	97
5.1.1 Resultados futuros de comunicación interna.....	97
5.1.2 Resultados de futuros de comunicación externa.....	98
CONCLUSIONES.....	99
RECOMENDACIONES.....	100
REFERENCIAS	
BIBLIOGRÁFICAS.....	101
E-GRAFÍAS.....	102
ANEXOS.....	103

Resumen

El plan de diagnóstico y estrategia para la institución Proyecto Arqueológico Cuenca el Mirador es constituido por un estudio que, en principio se fundamentó con un diagnóstico situacional, luego se analizaron por medio de varias herramientas los procesos de desarrollo de comunicación organizacional. Las técnicas utilizadas fueron la ficha de observación, la encuesta de comunicación interna, la encuesta de comunicación externa y las entrevistas que en conjunto generaron el respectivo estudio de diagnóstico. El muestreo de la encuesta de comunicación interna fue realizado por los colaboradores internos de la institución, mientras el muestreo de la encuesta de comunicación externa fue desarrollado por colaboradores de instituciones vinculadas a la institución, así como voluntarios universitarios extranjeros y practicantes de las universidades guatemaltecas.

La propuesta de estrategia favorece la correcta operatividad de un segmento del árbol de problemas tanto para comunicación interna como para externa, apelando por un proceso holístico que favorece el fortalecimiento institucional de la organización. La propuesta de estrategia está compuesta por 6 productos en los que se enumeran: el Manual de crisis, el Manual de funciones, la propuesta de una página de Facebook, el uso de agenda, la apertura de un departamento de comunicación y la reestructuración del organigrama socializado a los colaboradores.

La implementación de estos productos favorecerá a corto, mediano y largo plazo, la imagen institucional y por tanto, la obtención de nuevos nichos de donantes. Es decir, mientras el Proyecto Cuenca el Mirador opere de manera casi anónima, no obtendrá ni el lugar ni el beneficio que merece a pasar de su labor tan importante de generar documentos de investigación científica sobre el patrimonio cultural guatemalteco.

CAPÍTULO I

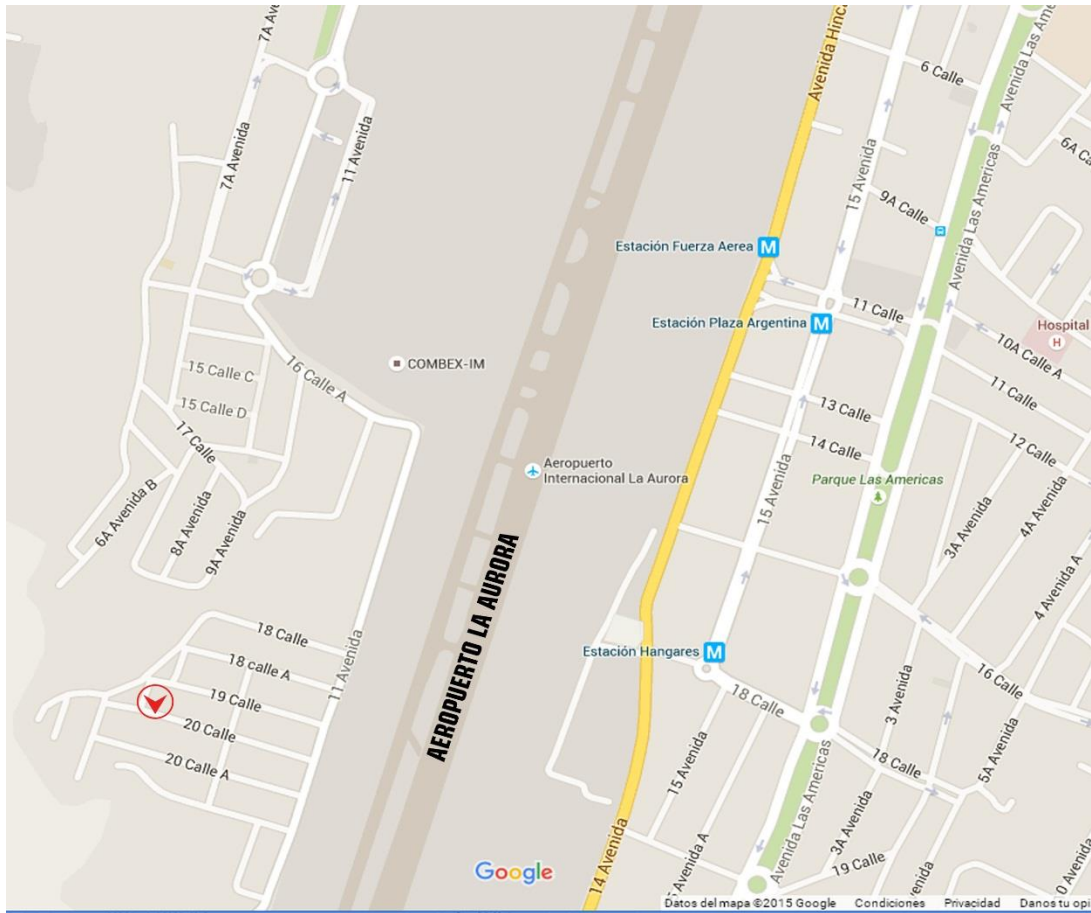
1. Diagnóstico Situacional de Comunicación

El presente documento constituye una consolidación de datos preliminares, los cuales describen la estructura organizacional y administrativa actual del Proyecto Arqueológico Cuenca el Mirador. Tomando como muestra de estudio una institución cuya labor es un tesoro de la investigación tanto para la cultura guatemalteca como también para culturas extranjeras, merece la pena contribuir con propuestas organizacionales y comunicacionales más adecuadas a fin de facilitar los mecanismos mediante una estrategia global de la institución.

El presente estudio contiene los datos primarios del Proyecto como ubicación, geográfica, naturaleza, líneas estratégicas, principales actividades, actores internos y externos, organigrama, y perfil de los trabajadores. Para éste último punto fue necesario realizar una entrevista inicial y de presentación de cada uno de los colaboradores de la institución.

1.2 Ubicación geográfica

La cede central se ubica en la 20 calle 8-23 Colonia Aurora II, Ciudad de Guatemala, cuenta con una bodega en Santa Elena, Petén y otra en la aldea Carmelita, municipio de San Andrés en Petén y un campamento provisional en el sitio arqueológico el Mirador.



1.3 Naturaleza de la organización

El Proyecto Cuenca el Mirador es una institución no lucrativa dedicada a la gestión de proyectos de investigación cuyo producto final es información científico - social en materia arqueológica específicamente del sitio arqueológico cuenca el Mirador.

Reseña histórica del Proyecto Arqueológico Cuenca el Mirador

El Proyecto fue creado durante el año 1978 a partir de una iniciativa de la Universidad Católica de Washington y la Universidad de Brigham Young de Utah en conjunto. Sin embargo, se produjeron problemas entre los directores e investigadores por el poco español que practicaban y la necesidad de

comunicación en el área. El Dr. Richard Hansen, tras haber finalizado un proyecto en Bolivia fue convocado para quedarse a cargo de este nuevo proyecto. En el 1983, el Dr. Hansen empezó a gestionar sus propios recursos, fondos y patrocinios optando por quedarse en Guatemala de manera individual a pesar de sus otros intereses por volver a Suramérica. En 1987, recibió la invitación oficial del gobierno de Guatemala para hacerse cargo de la protección del sitio arqueológico el Mirador, aunque él ya había fijado sus intereses en el sitio arqueológico del Nakbé, donde permanece hasta el año de 1998 acepta y asume el reto el Mirador.

El Dr. Hansen comenzó a recibir mucha información sobre la complejidad del área, de selva virgen además de notar que el área era mítica y distinta, dispuso generar una propuesta denominada Cuenca el Mirador, tratando de conservar un área más grande que consiste en un sistema de sitios que cuenta con recursos arqueológicos, geológicos, biológicos, y fluviales. En el año 2001, decide cambiar tanto los objetivos del proyecto como el nombre por Proyecto Arqueológico Cuenca el Mirador, nombre que conserva a la actualidad así como cerca de la mitad del equipo de trabajo unido durante esos años incluyendo al actual Codirector Edgar Suyuc, (entrevista realizada a Edgar Suyuc).

1.4 Líneas estratégicas

Visión:

Proteger permanentemente tanto arqueológica como ecológicamente la zona Cuenca Mirador, llevando al mismo tiempo una bonanza económica por medio del desarrollo del ecoturismo.

Misión:

Investigar, preservar y rescatar el patrimonio arqueológico y natural de la Cuenca el Mirador, así como promover el desarrollo del ecoturismo en la zona.

Políticas:

Información no disponible

Objetivos:

- *Hacer del sitio un destino prioritario para Guatemala después de Tikal.*
- *Incrementar la protección del bosque tropical de la Reserva de la Biosfera Maya.*
- *Impulsar la protección del patrimonio arqueológico.*

Metas:

Información no disponible (Información generada por el Proyecto Cuenca el Mirador)

1.5 Principales actividades de la organización

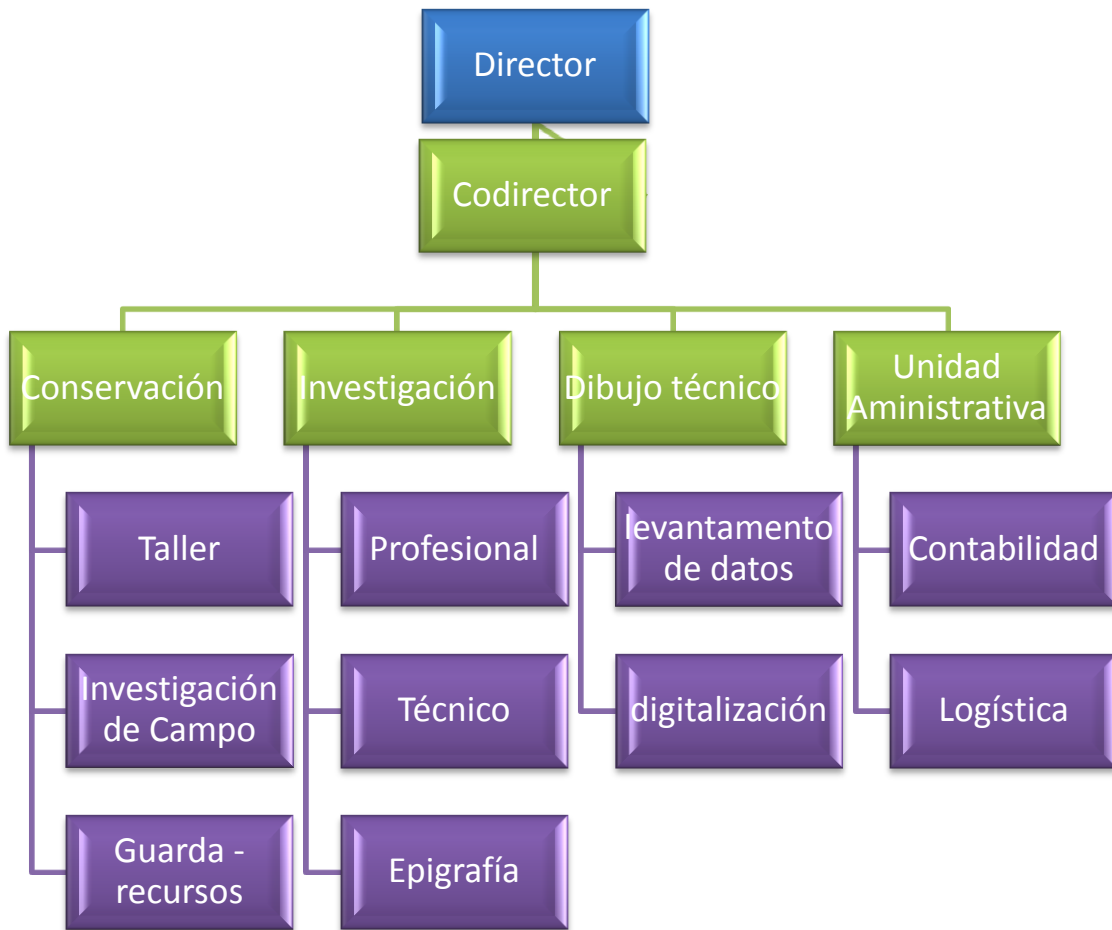
La información investigativa gestionada por el Proyecto Cuenca el Mirador es de carácter multidisciplinaria, regional y de conservación, éstas incluyen actividades de dibujo artístico, técnico y digital, excavaciones, conservación y restauración de material arqueológico, documentación y difusión del mismo, entre otros procesos propios de la arqueología.

1.6 Actores

Entre los actores internos se enumera al Director, Codirector, responsables de las áreas de Conservación, Investigación y Administración, puestos medios profesionales y puestos técnicos, puestos operativos en taller, investigación de campo, guarda recursos y puestos administrativos en contabilidad y logística, Así como puestos operativos temporales.

Entre los actores externos se cuenta con el apoyo de Fundación Fares (U.S.A.) y Fundación Fares Guatemala, el Instituto de Antropología e Historia IDAEH, la Universidad de San Carlos de Guatemala USAC y el Concejo Nacional de Áreas Protegidas CONAP.

1.7 Organigrama



1.8 Perfil de los colaboradores

A continuación se detallan los perfiles de los puestos fijos de las oficinas centrales y el listado de los puestos operativos temporales.

Nombre del puesto: Técnico en dibujo

Área: Dibujo

Perfil: Especialista en dibujo, técnico en Arte o diseñador gráfico, conocimientos básicos o medios de arqueología, y epigrafía. Manejo de discrecionalidad y confidencialidad.

Asignaciones:

- Dibujo en laboratorio de piezas arqueológicas
- Digitalización de dibujos de la mayor parte del equipo del área del área arqueológica.
- Dibujo y digitalización de excavaciones de campo.
- Control de archivo de dibujo digital
- Diseño de portadas
- Edición de informes
- Y otras acorde a la naturaleza
- Rescate y recopilación de datos de dibujo
- Elaboración de informes

Superior inmediato:

Codirector

Responsable de unidad de dibujo

Nombre del puesto: Técnico de Logística

Área: logística

Perfil: Educación media, experiencia en logística y transporte, conocimientos de arqueología y archivo, sentido de discrecionalidad.

Asignaciones

- Logística en ciudad (transporte de piezas)
- Encargado de material óseo (animales encontrados en campo) llevar archivo de piezas, retroalimentación.
- Asiste en todas las actividades de mecánica, mensajería, electricidad y otras de la logística y mantenimiento

Superior inmediato:

Encargado de logística

Nombre del puesto: Arqueólogo conservador

Área: en laboratorio

Perfil: conocimientos en trámites administrativos, graduado de arqueología por el grado de compromiso, conocimientos en conservación y restauración, conocimientos de la legislación del patrimonio cultural

Asignaciones:

- Recepción de bienes culturales recuperados en temporadas de campo
- Trámites para la entrega de material arqueológico al instituto de antropología e historia IDAEH y el Museo Nacional de Antropología e Historia MUNAE
- Fases de registro y documentación de los bienes culturales previo a la entrega
- Trabajo en conjunto con el resto de colaboradores por medio de la información de sobre las piezas
- Manejo de base de datos de las piezas de dibujo, fotografía, análisis y resto de materiales arqueológicos.
- En campo, co-encargado de la dirección de la unidad de conservación y restauración de monumentos prehispánicos
- Facilitador de bienes culturales para restauración y conservación

Superior inmediato:

Director, Codirector y Técnico Restaurador

Nombre del puesto: Técnico restaurador de monumento

Área: Campo - Unidad de conservación y restauración

Perfil: conocimientos en restauración conservación en monumentos y arquitectura prehispánica, conocimiento sólido sobre materiales y mezclas hechas a base de cal, conocimientos de la legislación del patrimonio cultural, arqueólogo, manejo de personal operativo de campo

Asignaciones:

- Consolidación de monumentos
- Conservación y restauración de monumentos implica arquitectura y arte asociados
- Dirección del grupo de colaboradores de campo
- Monitoreo de materiales a utilizarse

Superior inmediato:

Codirector y director

Nombre del puesto: encargada del taller de conservación y restauración

Área: Taller de conservación bienes muebles

Perfil: conocimientos sólidos en restauración, conocimientos de la legislación del patrimonio conocimientos de la industrias prehispánicas (lítica, malacológica, restos óseos, estucos, cerámica), conocimientos de química, técnico o licenciatura en restauración, conocimientos arqueológicos

Asignaciones:

- Consolidar bienes culturales recuperados por el proyecto
- Restauración y conservación de los bienes
- Realización de informes, artículos y simposios de modo de contribuir con la difusión
- Supervisar las acciones en el taller de conservación

Superior inmediato:

Director y Codirector

Nombre del puesto: Responsable de Materiales Arqueológicos

Perfil: conocimientos de materiales arqueológicos, estudiante de los últimos años de arqueología. Responsable y consiente del patrimonio cultural arqueológico.

Área: pendiente

Asignaciones:

- Recepción de materiales de fragmentos arqueológicos de cerámica y lítica
- Revisión de dichos materiales en cuanto a marcas, etiquetas,
- Eventualmente lavado de los fragmentos ante el pre análisis
- Llevar el inventario de cada operación
- Trabajo de embalaje en campo y laboratorio
- Elaboración de informes

Superior inmediato:

Codirector

Nombre del puesto: Encargado de Logística

Área: logística

Perfil: Conocimientos de mecánica, presupuestos, electricidad, experiencia en compras, acostumbrado al contacto con voluntarios, conocimientos básicos sobre arqueología

Asignaciones:

- Administración de locaciones
- Ejecución de compras de materiales para compras y ciudad
- Alquileres transporte
- Trámites administrativos
- Control instalaciones y seguridad de las locaciones
- Llevar una agenda de la codirección y ubicarla
- Recepción de investigadores de arqueología en materia de logística
- Llevar archivos administrativos

Superior inmediato:

Codirector

Nombre del puesto: Responsable de dibujo

Área: Dibujo

Perfil: conocimientos de topografía, dibujo artístico en campo y laboratorio, enfocado a dibujo de materiales arqueológicos (malacología, huesos, lítica, cerámica), experiencia en dibujo técnico sobre el dibujo artístico, conocimientos de herramientas de dibujo topográfico.

Asignaciones:

- Realización de dibujo artístico de campo
- Dirección la unidad de dibujo
- Aseria de personal en trabajo de campo
- Apoyo en los programas de dibujo en la USAC y CUDEP
- Asesoría en el levantado de datos de cerámica (talleres)
- Levantado de datos para campo
- Levantado de datos para laboratorio
- Charlas a ONG
- Diseños para publicidad
- El equipo de dibujo trabaja áreas específicas (montículos)

Superior inmediato:

Codirector

Nombre del puesto: Jefe de campamentos, logística e infraestructura

Área: logística

Perfil: conocimientos en construcción, calculo y manejo de personal, experiencia solida de cálculo de víveres y logística en general.

Asignaciones:

- Velar por los campamentos
- Coordinar entrada y salida de insumos para logística tanto en Sta. Elena como en capital y en el Mirador
- Revisar la infraestructura existente
- Darle mantenimiento a la misma

- Implementado más infraestructura de servicio para comodidad del resto de colaboradores
- Coordinación de actividades pro beneficio de la comunidad
- Apoyo en responsabilidad social a la comunidad de Carmelita (última zona de acceso previo a los sitios) por ejemplo mejoras en materia de agua y otros
- Impresión de mapas y planos constructivos
- Escaneo de imágenes

Superior inmediato:

Codirector

Nombre del puesto: Contador

Área: Administrativa

Perfil: Perito contador con experiencia en el área contable y tramites de contrataciones de personal

Asignaciones:

- Hacer pagos de planilla
- Logística de correspondencia a dependencias de estados
- Pago proveedores
- Pago de servicios
- Completar consolidar expedientes para contrataciones
- Envío de expedientes a la unidad correspondiente
- Todas las demás de la misma naturaleza

Superior inmediato:

Codirector

Nombre del puesto: Dibujante y Arqueólogo

Área: Dibujo arqueología

Perfil: conocimientos de dibujo técnico, artístico y gráfico, arqueólogo o pensum cerrado.

Asignaciones:

- Investigación arqueológica de campo de estructura
- Excavación de sitio
- Registro gráfico y documental
- Dibujo y traficación de las áreas excavadas
- Documentación de material arqueológico
- Trabajo de gabinete
- Elaboración de los dibujos digital y artística
- Elaboración de informes técnicos y preliminares
- Colaborar con los materiales del laboratorio en graficación para el IDAEH, artefactos y materiales arqueológicos

Superior inmediato:

Director y codirector

Nombre del puesto: arqueólogo investigador epigrafista

Perfil: conocimientos de la metodología de la excavación en campo, experiencia en el trabajo de materiales de cerámica precolombina, arqueólogo y sólida experiencia en epigrafía

Área:

Investigación

Asignaciones:

- Excavación de estructuras
- Elaboración de réplicas para entrega a patrocinadores como suvenires
- Análisis de materiales y artefactos arqueológicos propias y de otros colaboradores
- Realización de trabajos de epigrafía
- Elaboración de informes
- Elaboración de artículos para la exposición de simposios nacionales y extranjeros

Superior inmediato

Codirector

Nombre del puesto: Arqueólogo Excavador

Área: Investigación

Perfil: Arqueólogo graduado, experiencia en trabajo de campo, elaboración de informes, así como documentación de material arqueológico

Asignaciones:

- Excavación de estructuras
- Análisis de los materiales arqueológicos
- Documentación de la excavación
- Elaboración de informes

Superior inmediato:

Codirector

Nombre del puesto: Técnico de mapeo y geólogo

Área: Investigación

Perfil: Experiencia en manejo de herramientas para geología, conocimientos sólidos de arqueología y sus estructuras arquitectónicas, experiencia en levantamiento de datos.

Asignaciones:

- Levantamiento de datos de las estructuras piramidales
- Análisis de los materiales arqueológicos
- Documentación de la excavación
- Elaboración de informes

Superior inmediato:

Codirector

Nombre del puesto: Arqueólogo Excavador

Área: Investigación

Perfil: Arqueólogo graduado, experiencia en trabajo de campo, elaboración de informes, así como documentación de material arqueológico

Asignaciones:

- Excavación de estructuras
- Análisis de los materiales arqueológicos
- Documentación de la excavación
- Elaboración de informes

Superior inmediato:

Codirector

Nombre del puesto: Técnico Arqueólogo Excavador

Área: Investigación

Perfil: estudiante de arqueología o técnico en arqueología, experiencia en trabajo de campo, elaboración de informes, así como documentación de material arqueológico

Asignaciones:

- Asiste en la excavación de estructuras
- Asiste en análisis de los materiales arqueológicos
- Documentación de la excavación
- Elaboración de informes

Superior inmediato:

Codirector

Responsable de Investigación

Nombre del puesto: Técnico Arqueólogo Excavador

Área: Investigación

Perfil: estudiante de arqueología o técnico en arqueología, experiencia en trabajo de campo, elaboración de informes, así como documentación de material arqueológico

Asignaciones:

- Asiste en la excavación de estructuras

- Asiste en análisis de los materiales arqueológicos
- Documentación de la excavación
- Elaboración de informes

Superior inmediato:

Codirector

Responsable de Investigación

Nombre del puesto: Técnico Arqueólogo Excavador

Área: Investigación

Perfil: estudiante de arqueología o técnico en arqueología, experiencia en trabajo de campo, elaboración de informes, así como documentación de material arqueológico

Asignaciones:

- Asiste en la excavación de estructuras
- Asiste en análisis de los materiales arqueológicos
- Documentación de la excavación
- Elaboración de informes

Superior inmediato:

Codirector

Responsable de Investigación

Nombre del puesto: Encargado de servicios

Área: Administrativa

Perfil: experiencia en servicios de limpieza

Asignaciones:

- Mantener limpias las áreas de trabajo

Superior inmediato:

Codirector

Responsable administrativo

Para los puestos temporales de campo se realizan contrataciones de:

1. Médico especialista en afecciones tropicales
2. Contador con experiencia en pago de planillas
3. Fotógrafo con experiencia en edición y conocimientos de arqueología
4. Bodeguero con experiencia en vigilancia, guardianía y campamento
5. Mecánico con disponibilidad de viajar
6. Cocinera de campo I
7. Cocinera de campo II
8. Encargada de lavandería de campo I
9. Encargada de lavandería de campo II

Adicionalmente el proyecto ejecuta una contratación de un promedio de 200 excavadores en temporadas específicas de excavación según la estructura o pirámide a investigar. Para tal efecto, el perfil de éste personal operativo es residir en el área, tener conocimientos básicos de arqueología pueden ser albañiles u obreros de la misma mecánica de trabajo, así como la contratación de 2 a 3 cocineras adicionales por temporada.

Introducción

El presente documento consiste en un plan de trabajo para el Proyecto Arqueológico Cuenca el Mirador, cuya naturaleza es realizar trabajos de investigación arqueológica. Dicho plan contiene una descripción de objetivos generales y específicos que buscan obedecer a las necesidades de la institución, describe parte de los antecedentes de la institución en una reseña histórica a fin de facilitar la comprensión del proceso de diagnóstico y finalmente establece un cronograma de actividades.

El plan de trabajo para el Proyecto el Mirador incluye la propuesta de métodos y técnicas adecuados para el desarrollo organizacional de la institución según la temática a tratar, así como los enfoques de investigación y sus respectivas herramientas. Finalmente, se propone un cronograma de actividades que establece las fechas de ejecución a lo largo del presente proyecto, pues se persigue generar un informe final bien estructurado, integral y bien fundamentado.

El presente plan de desarrollo puede constituir un modelo esquemático a las propuestas y ejecuciones de proyectos comunicacionales, pues vela por la integralidad teórica – práctica de la comunicación y sus aristas.

Justificación

El Proyecto Arqueológico Cuenca el Mirador, es uno de los pilares de la investigación arqueológica de nuestro país, su aporte a la cultura guatemalteca posee un impresionante valor tangible e intangible, pues su trabajo se desarrolla en áreas carentes de civilización e infraestructura moderna pero con legado arqueológico monumental. Este grupo de colaboradores se exponen a un sinnúmero de peligros, asaltos, inclemencias del tiempo, caprichos de la selva petenera, entre otros más, para lograr hacer su trabajo de investigación, recolección de muestras

y levantamiento de datos. Con todo lo anterior, existen importantes razones de del por qué realizar un trabajo de práctica en el Proyecto el Mirador, aportarle a una institución que apuesta constantemente a la cultura guatemalteca.

Por otra parte, uno de los requisitos para optar al grado de Máster en Comunicación Organizacional, es generar diagnóstico a través de la integración de los conocimientos adquiridos durante la maestría. Así mismo, integrar otros conocimientos y experiencias adquiridas a lo largo de la formación académica y de las experiencias que conforman a un ser en multidisciplinario y andragógico, que asume el reto de auto fortalecerse en materia comunicacional.

Por tal razón, es importante generar un plan de desarrollo cual contenido temático proyecte uno de los ejes más valorizados, la comunicación. En ella, sus estrategias y herramientas que facilitan el camino metodológico para la resolución de determinados conflictos o crisis.

1.1 Objetivos

1.2.1 Objetivo General:

Identificar los procesos comunicacionales tanto funcionales como inadecuados, a fin de generar propuestas óptimas para potencializar o replantear de acuerdo al caso, en el Proyecto Arqueológico Cuenca el Mirador.

1.2.2 Objetivos Específicos:

- Establecer una estructura organizacional oficial, con el propósito de que todos los colaboradores se sientan identificados con el Proyecto el Mirador.
- Identificar las vías de comunicación interna a fin de optimizar los procesos comunicacionales dentro de la institución por medio de canales adecuados.
- Proponer nuevos modelos tecnológicos para la comunicación externa, que faciliten la captación de nuevos públicos y públicos interesados en el proyecto.

CAPÍTULO II

2. Metodología

Tomando en cuenta la fuerte necesidad de fortalecer la epistemología y con el fin de establecer los caminos y cómo recorrerlos sobre la materia de investigación, es preciso plasmar lo siguiente:

“Metodología es un recurso concreto que deriva de una posición teórica y epistemológica, para la selección de técnicas específicas de investigación. La metodología, entonces, depende de los postulados que el investigador crea que son válidos, ya que la acción metodológica será su herramienta para analizar la realidad estudiada. La metodología para ser eficiente debe ser disciplinada y sistemática y permitir un enfoque que permite analizar un problema en su totalidad”. (<http://definicion.de/metodologia/> 14/03/2016)

Tipo de Metodología Por su naturaleza podrá aplicarse la investigación de campo y el método deductivo, lo que permitirá una secuencia lógica para el desarrollo del trabajo de investigación. A partir de este estudio es posible elaborar un modelo de comunicación adecuado a las necesidades de la institución en materia de imagen corporativa, identidad corporativa y comunicación organizacional externa.

Descripción del tipo de comunicación: el tipo de comunicación a estudiarse en el presente diagnóstico es la comunicación interna y externa así como sus aristas.

Tipo de investigación: se realizará una investigación de tipo exploratoria debido a la necesidad de examinar y ampliar el tema de la comunicación interna y externa. La investigación no experimental ya ha sido llevada a cabo pues se ha realizado la observación no participativa dentro de las oficinas de laboratorio.

Enfoques de investigación: Los enfoques de investigación propuestos a utilizarse en el diagnóstico del Proyecto el Mirador son en primera instancia: descriptiva tanto para la comunicación interna como externa, pues para Hernández Sampieri, la investigación descriptiva “consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y eventos; detallar cómo son y se manifiestan. Adicionalmente, se utilizará investigación cuantitativa para la comunicación interna porque la población (colaboradores de la institución) es completamente medible en los puestos fijos más no en los temporales. Para ellos de nuevo será descriptiva.

Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.” (Sampieri, Collado, Baptista 2010: p.80)

Para Piloña, la investigación cuantitativa “prioriza la actividad investigativa siguiendo el método deductivo. Pone énfasis, en la recolección de datos con instrumentos que faciliten el acopio, ordenamiento, la codificación, sumarización y el análisis estadístico de los mismos.

Se basa en observaciones, ideas, preguntas o hipótesis previas que deben ser aprobadas o comprobadas durante el proceso sistematizado de la investigación, para finalmente generalizar y difundir los resultados”. (Piloña, 2008 p.15)

Método de la investigación: el método analítico funciona muy bien para este tipo de diagnóstico ya que se requiere de ejercer estudios individuales con resultados individuales propios para cada tipo de comunicación y finalmente consolidar los datos en una sola estrategia pero con actividades simultáneas.

2.1 Técnicas:

Observación: debe utilizarse una guía de observación que recopile los datos más relevantes tanto en la comunicación interna como externa.

Encuesta: se realizará encuesta a los 24 colaboradores de plazas fijas que faciliten el análisis de los procesos actuales de comunicación organizacional y comunicación interna. Además se realizará otro proceso de encuesta para definir la comunicación externa a los colaboradores de Fundación Fares y los colaboradores del IDAEH pues se desconoce la población de esta institución que trabaja estrechamente con el Proyecto el Mirador.

Entrevistas: se planifica entrevista al Codirector de la institución con el objetivo de establecer las necesidades desde la óptica administrativo-organizacional en la rama de la comunicación. Adicionalmente, se planifica entrevista al representante de comunicación quien es un ente externo posicionado en Fundación Fares, a fin de identificar las ventajas, beneficios y/o problemas que puedan suscitarse en la comunicación externa.

CAPÍTULO III

3. Comunicación Interna y Externa

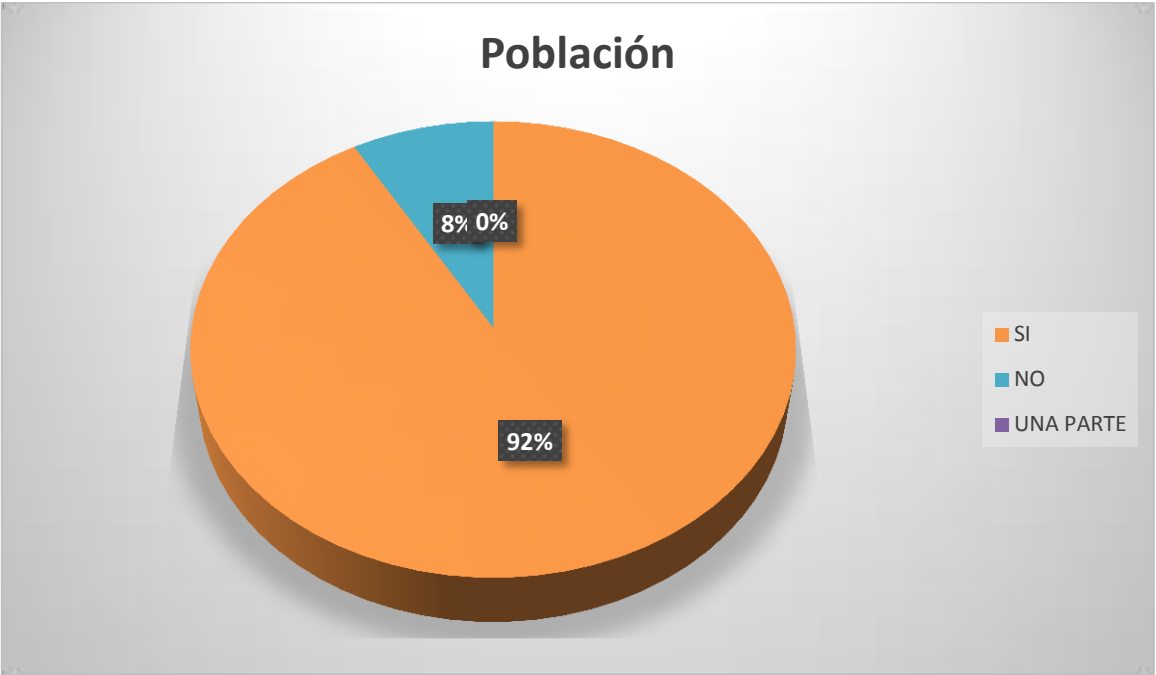
3.1 Resultado de la encuesta de comunicación interna:

3.2 Población y muestra:

Se define como población “al conjunto de elementos que son objeto de estudio estadístico” y muestra “a la parte de la población con la que realmente se realiza el estudio”.(http://descargas.pntic.mec.es/cedec/mat3/contenidos/u11/M3_U11_contenidos/11_poblacin_y_muestra.html)

A continuación se presentan los resultados generados por la encuesta de comunicación interna con sus respectivas gráficas de acuerdo a los datos obtenidos. El muestreo consistió en 20 preguntas las cuales que fueron resueltas por una población de 24 personas, todas ellas conforman el equipo de investigadores y técnicos de la institución a excepción del Codirector a quien se le aplicó un instrumento de entrevista, se excluyen a las encargadas de cocina y lavandería pues son residentes de las comunidades en los campamentos y sus actividades son de participación eventual.

1. ¿Conoce la filosofía (misión, visión, valores) del Proyecto el Mirador?



2. ¿Determina bien sus funciones dentro de la institución?



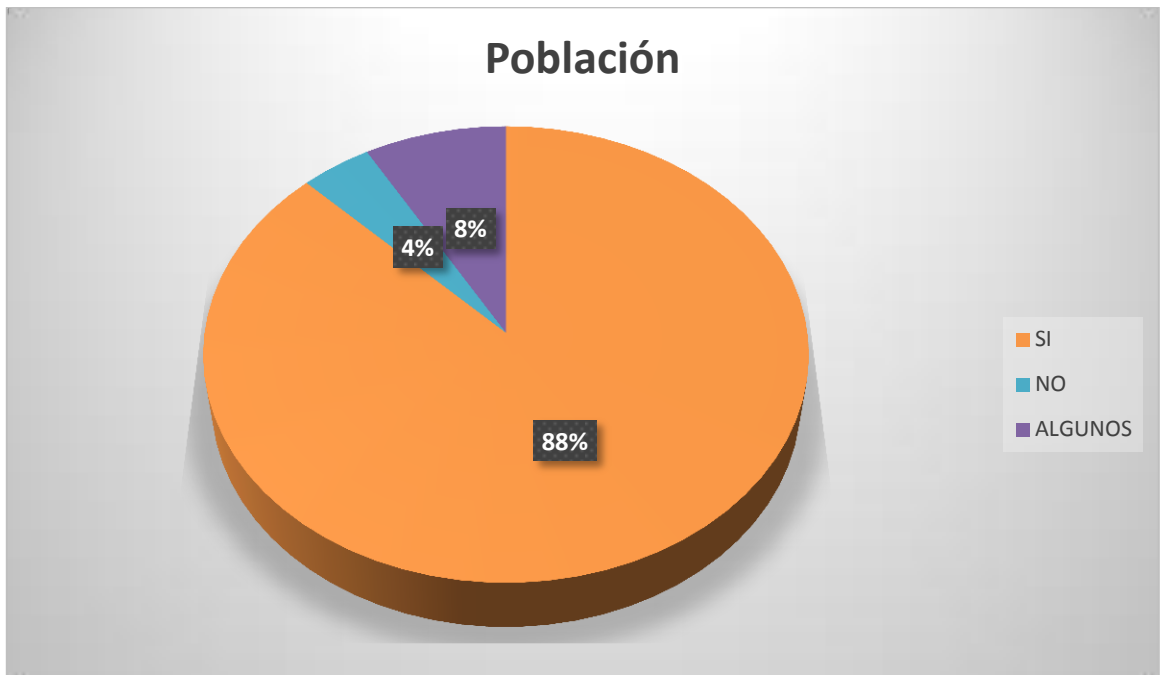
3. ¿Tiene conocimiento referente a las funciones de su jefe inmediato?



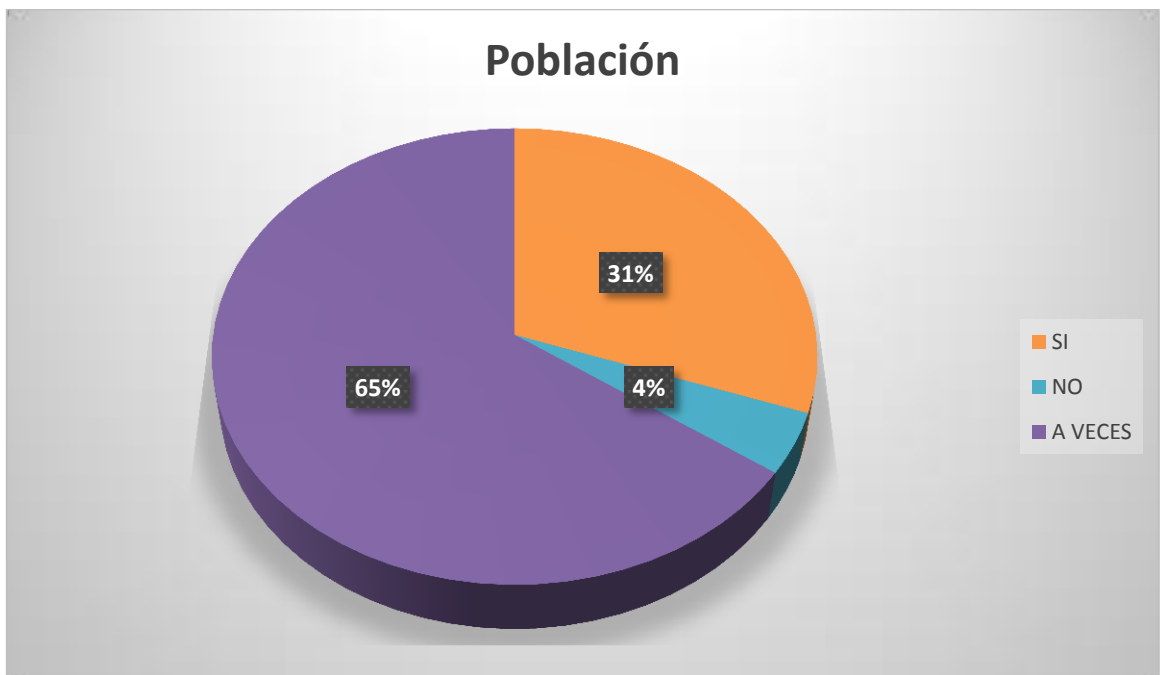
4. ¿Tiene conocimiento sobre las funciones del Codirector?



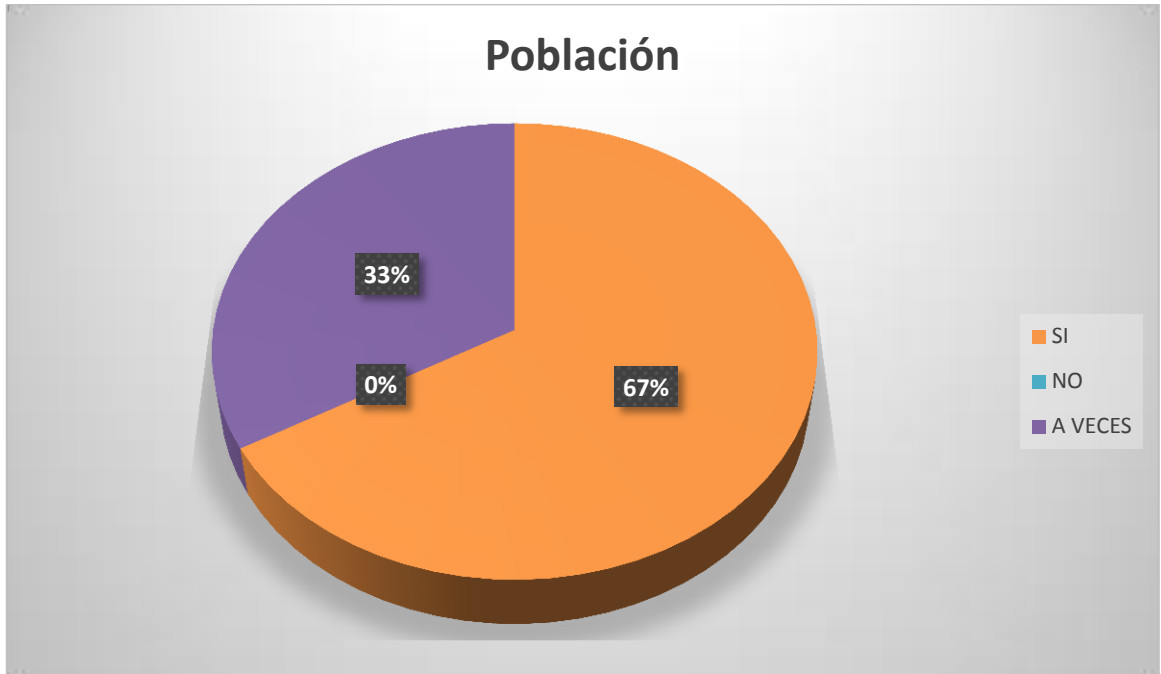
5. ¿Identifica las funciones de sus compañeros de trabajo?



6. ¿Identifica el público al que llegan sus resultados de trabajo?



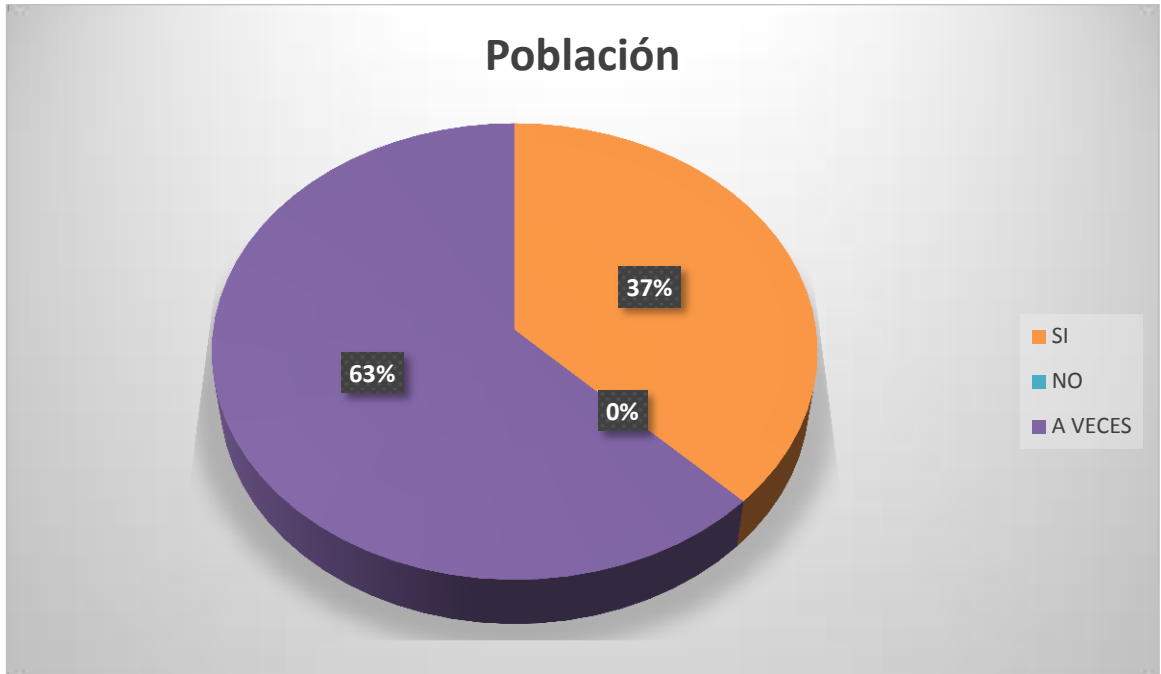
7. ¿Existe convivencia entre usted y sus compañeros de trabajo?



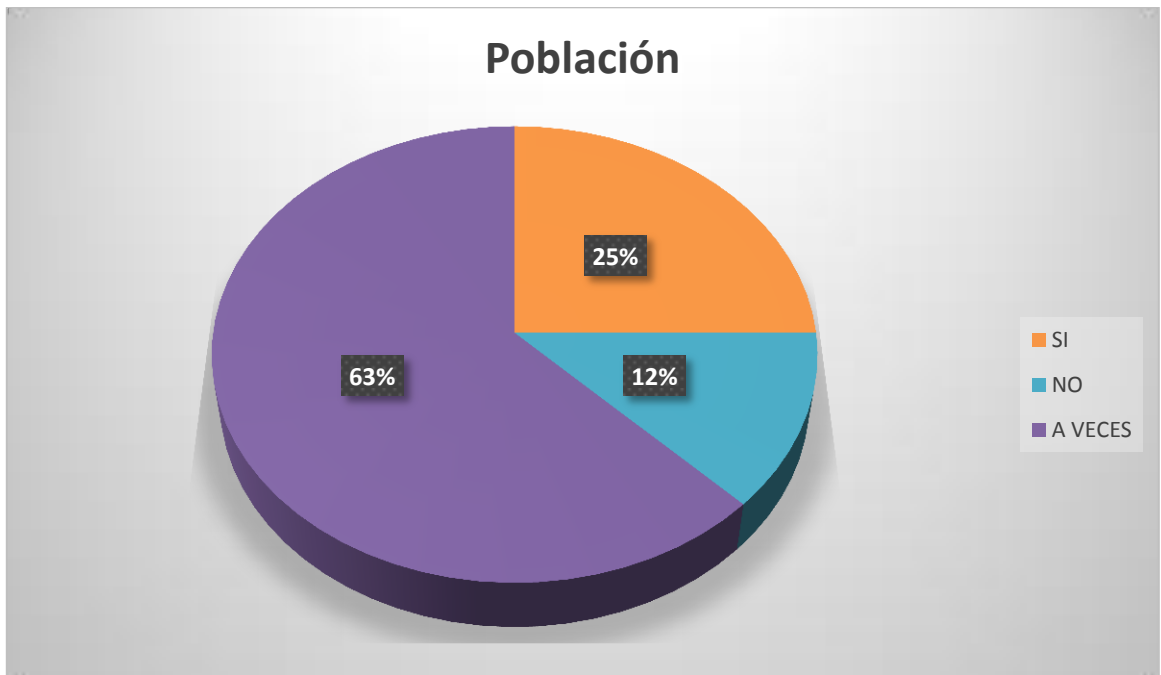
8. ¿Tiene confianza para comunicarse con el Codirector y Director?



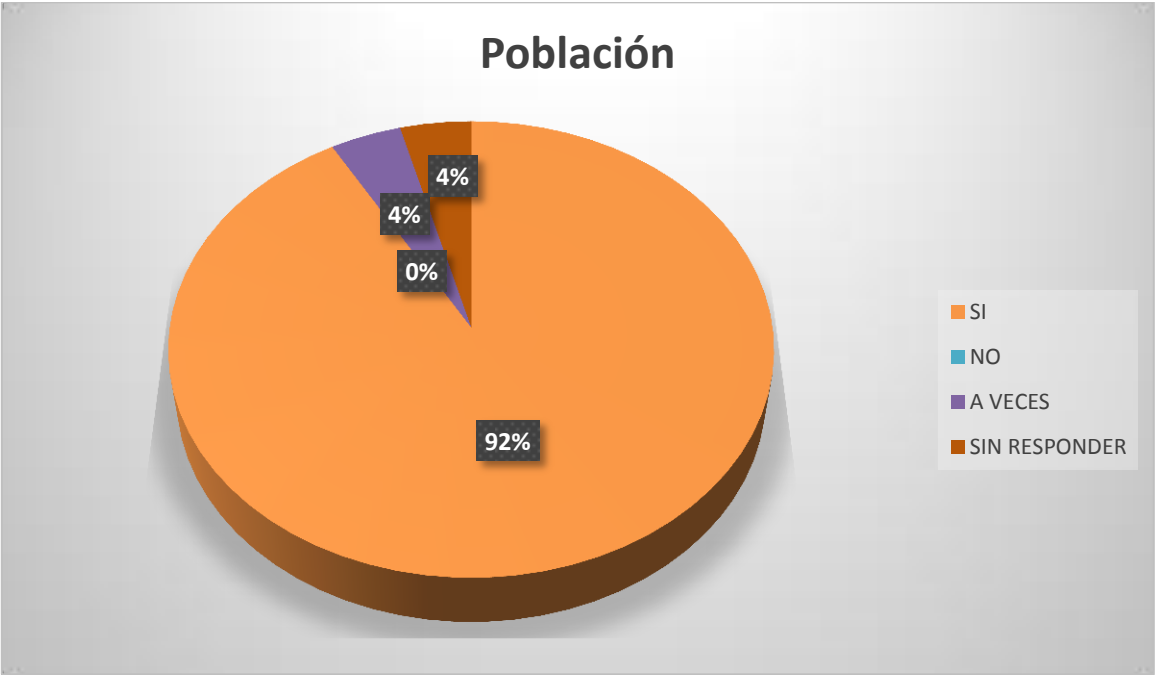
9. ¿Puede hacer propuestas de trabajo a sus superiores con toda libertad?



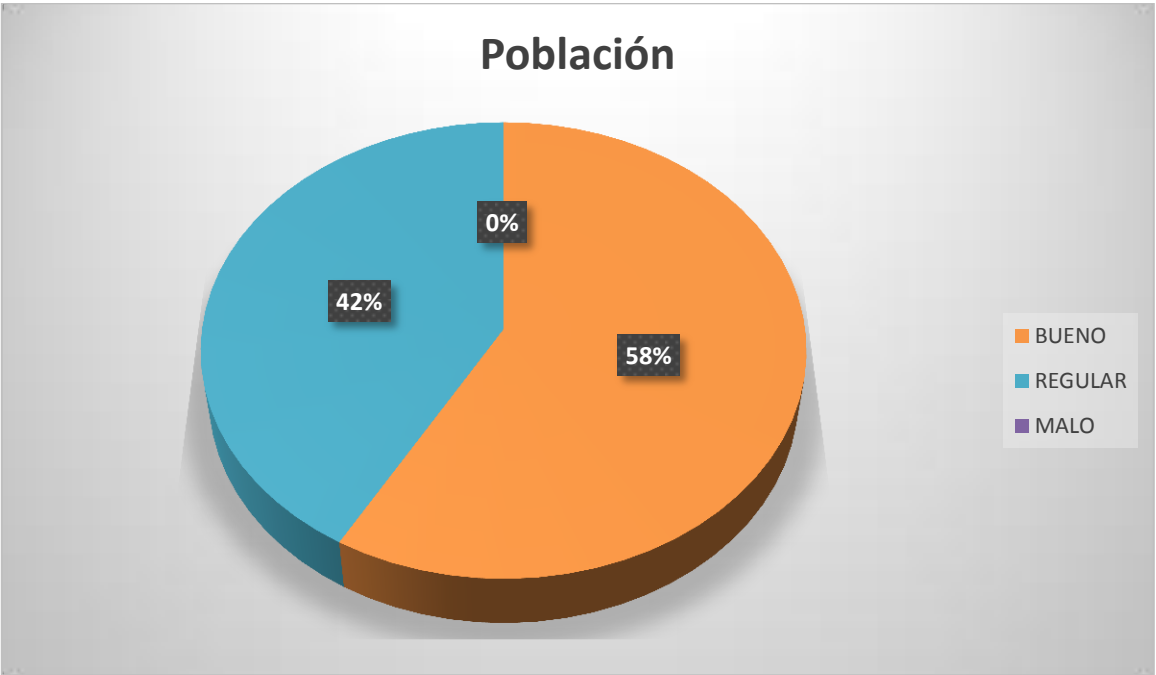
10. ¿La información que necesita para trabajar llega a tiempo a sus manos?



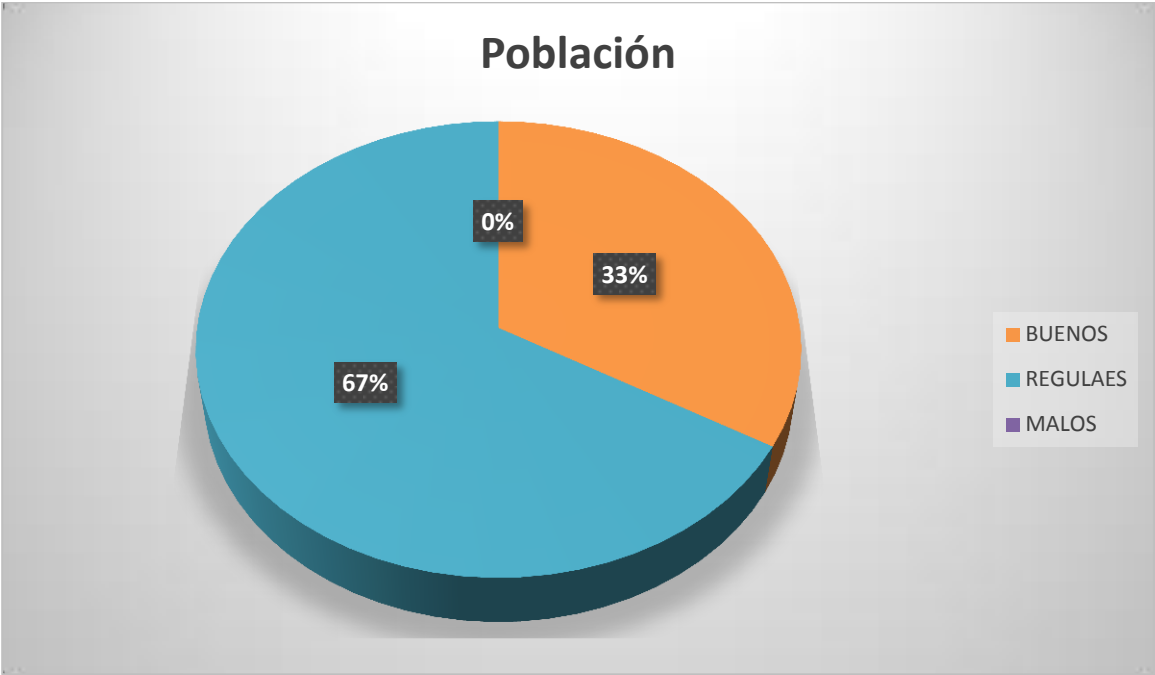
11. ¿Generalmente cumple con sus actividades a tiempo?



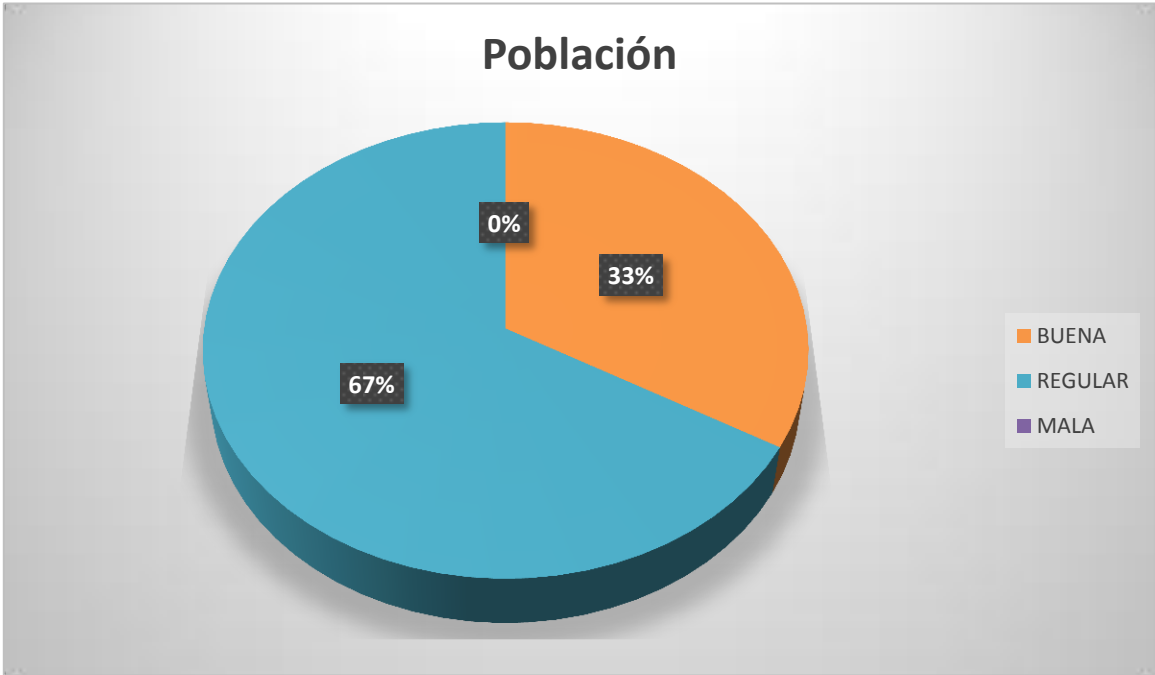
12. ¿El ambiente de trabajo y compañerismo es?



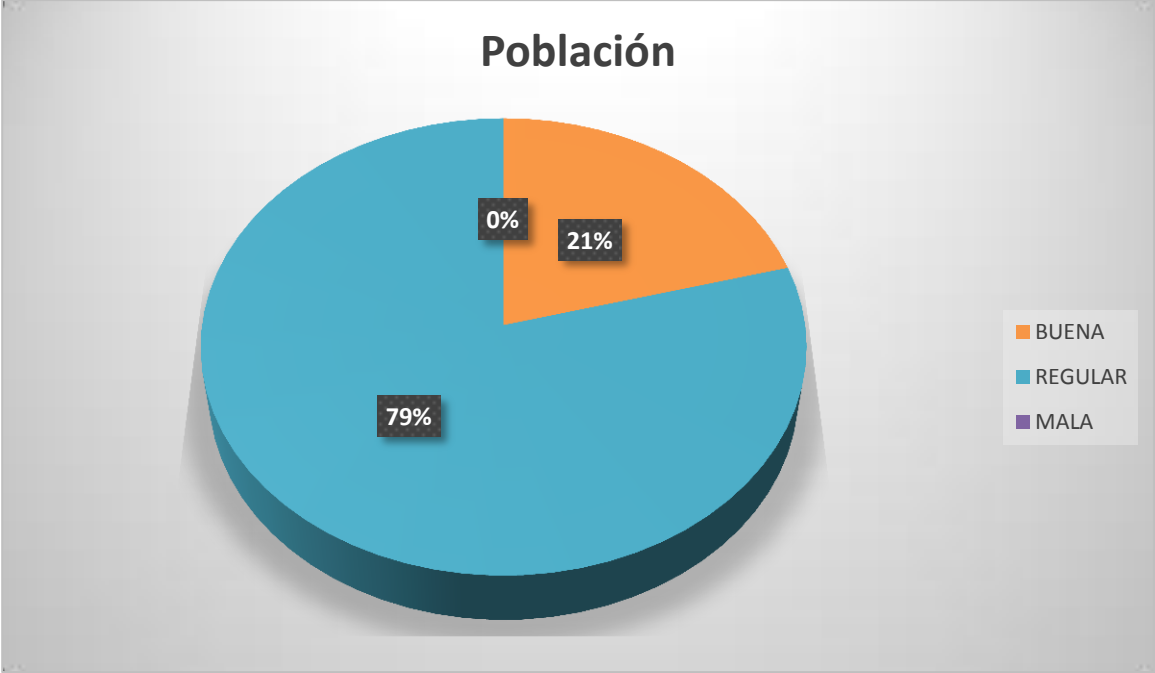
13. ¿Los canales de comunicación que utiliza con sus compañeros son?



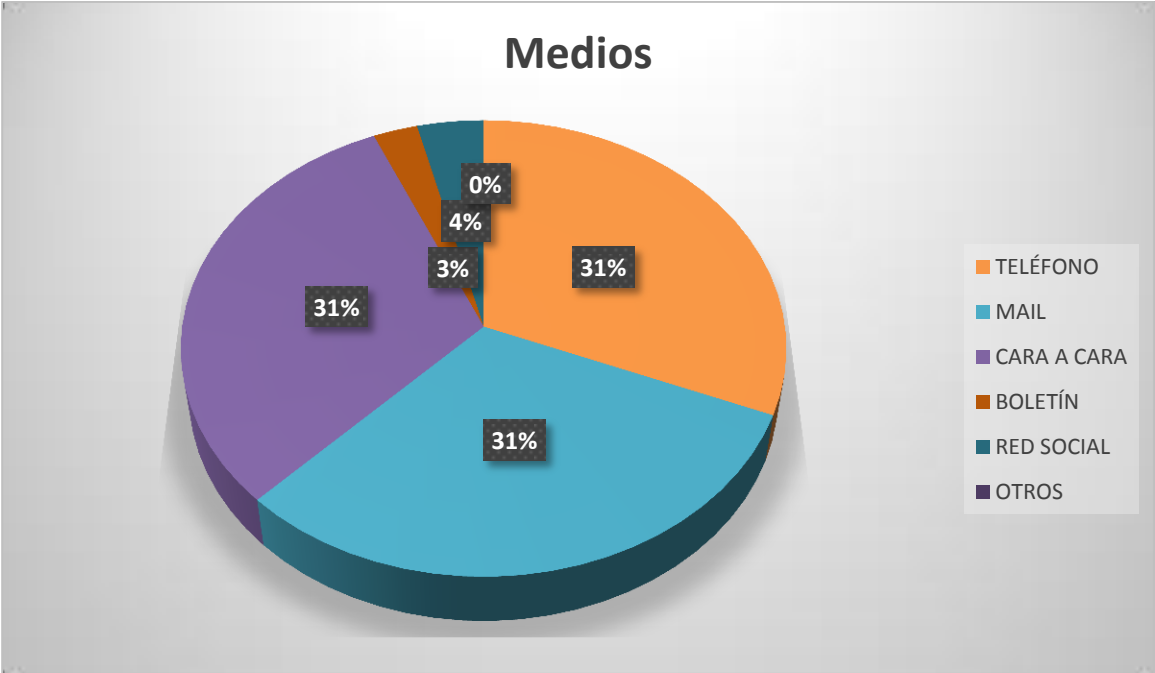
14. ¿Cómo funciona la comunicación entre sus compañeros en las salidas de campo?



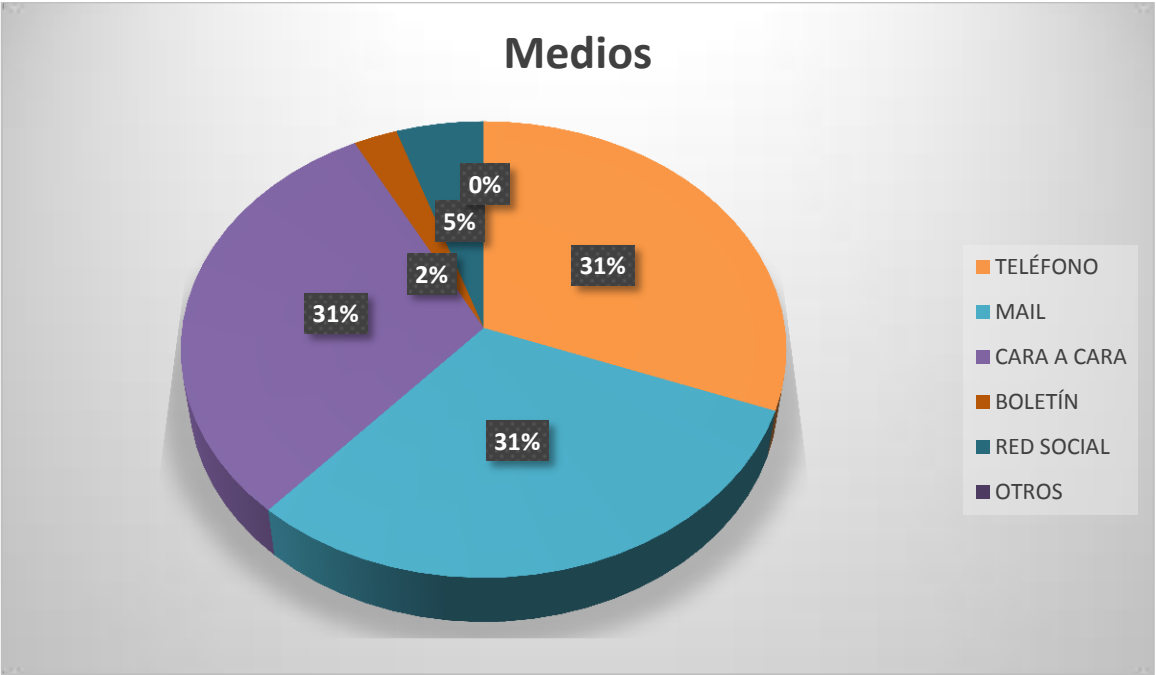
15. ¿Cómo es la comunicación dentro del laboratorio?



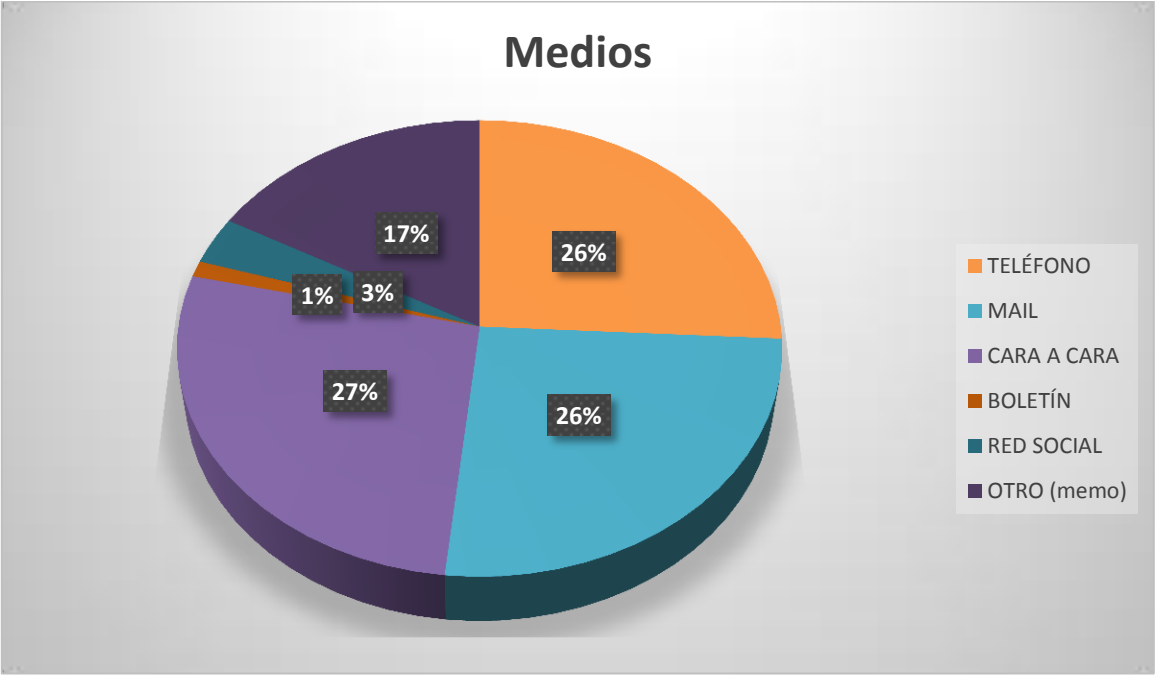
16. ¿Qué medios de comunicación utiliza para comunicarse con su superior?



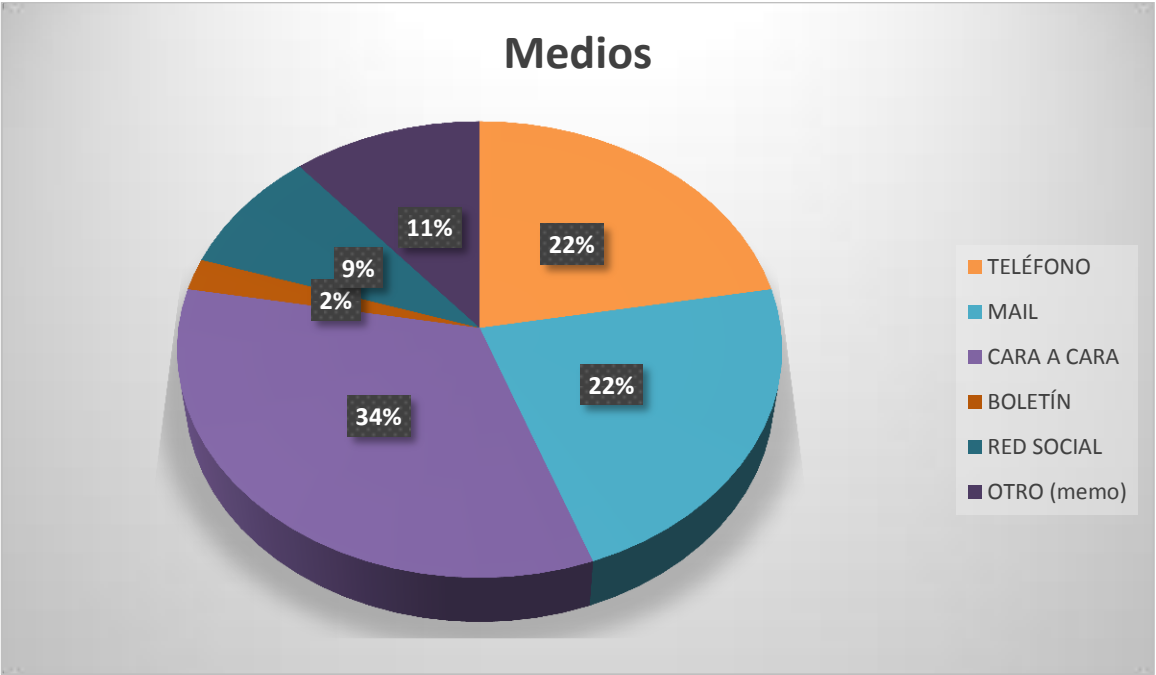
17. ¿Qué medios de comunicación utiliza para comunicarse con el Codirector o Director?



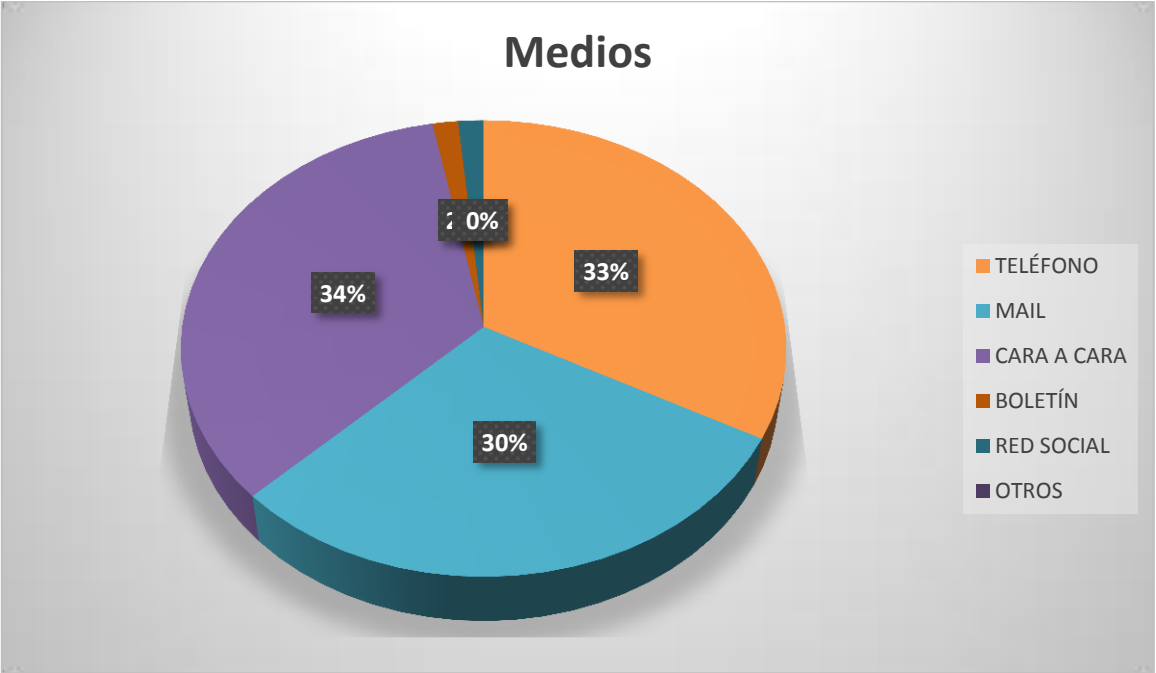
18. ¿Qué medios de comunicación utiliza para comunicarse con sus compañeros?



19. ¿Qué medios considera que funcionarían bien para optimizar el trabajo de oficina?



20. ¿Qué medios de comunicación considera usted que funcionarían bien para optimizar el trabajo de campo?



En conclusión, se utilizó el instrumento de la encuesta para detectar percepciones personales, la entrevista para ópticas de la dirección así como las inquietudes administrativas. Finalmente, la ficha de observación para identificar todas aquellas características faltantes, con el propósito de integrar todos los temas de diagnóstico. Adicionalmente se identificó que los medios de comunicación más utilizados y favoritos de la población encuestada son el teléfono, cara cara y mail.



3.3 Diagnóstico Comunicacional

El diagnóstico comunicacional consiste en la presentación de resultados de los análisis del flujo de comunicación tanto interna como externa, pues de acuerdo a Prieto (1999), es una herramienta para evaluar prácticas sociales orientadas a tener un conocimiento sistemático sobre las mismas. Por tales razones es necesario ejecutar los parámetros que faciliten los procesos operativos y que contribuyan con un mejor flujo comunicativo en el proyecto el Mirador.

3.3.1 Análisis de la comunicación interna

De acuerdo a los resultados recabados por los distintos instrumentos, se detectó el manejo y el flujo de la comunicación. “La comunicación al interior de la empresa es consustancial con la organización: sin ella no existiría, es decir, la planificación de una política de comunicación es comprometerse a llevar a cabo una mediación que actúa, no solo sobre la comprensión o inteligibilidad de la organización misma, sino también sobre su propio “(Piñuel Raigada José 1997).

3.4 Principales medios de comunicación interna

Partiendo de la conceptualización de la comunicación vertical como la que se toma de acuerdo a las diferentes jerarquías, sobre todo en línea descendente, se determinó que existe un alto flujo de este tipo de comunicación generándose además la comunicación precedida desde la Dirección y luego Codirección.

Vale la pena mencionar que la comunicación horizontal es muy usual pues el ambiente de confianza y compañerismo generado por la estructura del organigrama da lugar a la comunicación de esta naturaleza. La comunicación circular hace también presencia en determinadas ocasiones pues tal cual se ha mencionado con anterioridad, el Proyecto el Mirador mantiene una naturaleza de flujo de comunicación informal de la que todos los colaboradores participan constantemente. No se debe perder de vista que por tratarse de un equipo pequeño facilita estos tipos de comunicación y sus flujos.

3.5 Principales medios de comunicación

La encuesta de comunicación interna facilitó la detección tanto del uso de los medios de comunicación, como los favoritos de los colaboradores de la institución. Sin embargo, la entrevista con el Codirector Edgar Suyuc, evidenció las razones y el porqué del uso de diferentes medios.

Los medios más utilizados por la población son: el teléfono, cara a cara, mail y memo, Edgar Suyuc expone que los colaboradores mantienen diferentes horarios, además de estar adaptados a su medio de comunicación particular pues tiene alrededor de la mitad de un equipo de trabajo con tanta antigüedad como la institución misma. De modo que cada integrante nuevo se va adaptando a los sistemas ya establecidos. Casi cada colaborador utiliza un medio diferente o es notificado por diferentes canales por el encargado administrativo delegado por el Codirector para atender la difusión de la información.

3.6 Estrategia para comunicación en crisis

Actualmente no se cuenta con un manual o estrategia para crisis, es evidente que éstas se generan tanto en la comunicación interna como externa, sin embargo la resolución de conflictos comunicacionales casi siempre es atendida por el Codirector o Director de la institución.

3.7 Análisis de comunicación externa

3.7.1. Mapa de públicos

Se establece que los públicos son el conjunto de personas u organizaciones que tienen una relación similar y un interés en común con respecto a una organización y que puede influir en el éxito o fracaso de la misma (Crapriotti, Paul 2009), a partir de ello y tomando en cuenta los resultados de los instrumentos ejecutados dentro del Proyecto el Mirador, se detectaron los siguientes públicos:

3.7.2 Usuarios

Al examinar cuidadosamente se detectó que los públicos más recurrentes son practicantes y voluntarios universitarios extranjeros interesados en temas arqueológicos, así como universitarios guatemaltecos investigadores de la

arqueología guatemalteca. Existen los usuarios de las comunidades cercanas a los sitios arqueológicos que se benefician de los movimientos excavatorios pues sus ventas de comidas e insumos de primera necesidad son aumentados durante esta temporada, éste último catalogado como público indirecto.

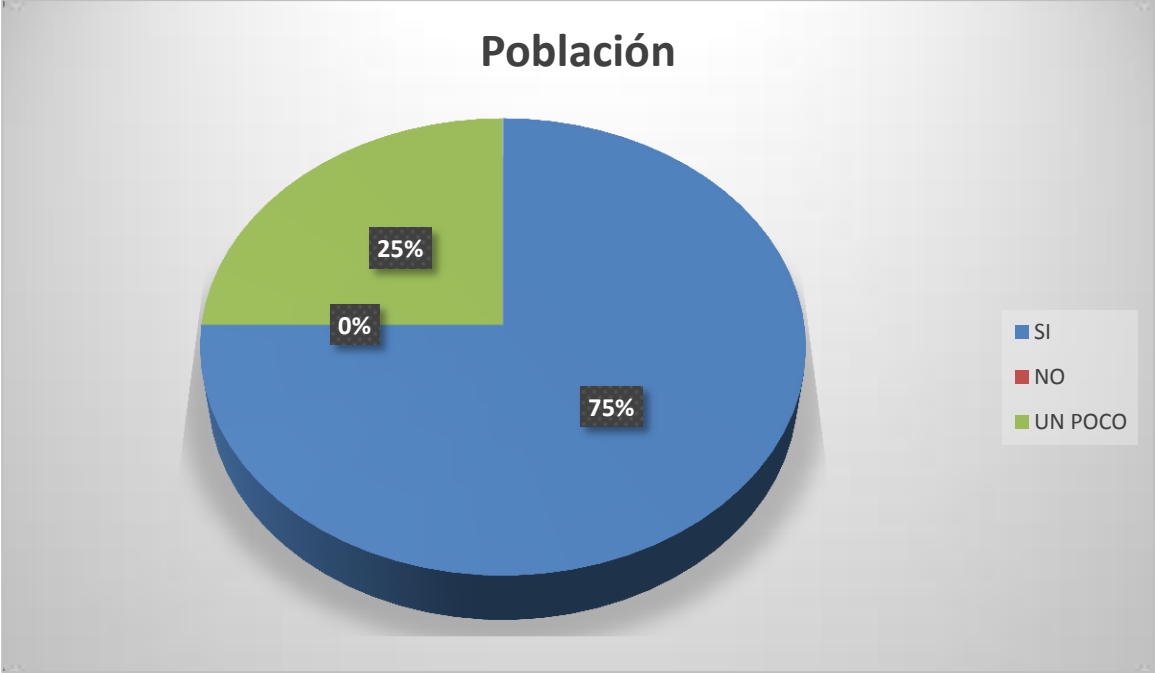
Otros usuarios menos recurrentes son los museólogos, conservadores, cicerones e interesados en la museografía, así como espectadores de simposios, promotores de turismo y cultivadores del arte. Estos núcleos no son frecuentes, de hecho al realizar la fase primaria de observación no fue posible detectarlos sino por medio de la entrevista al codirector ya que por las fechas no es temporada de difusión y eventos.

3.7.3 Instituciones

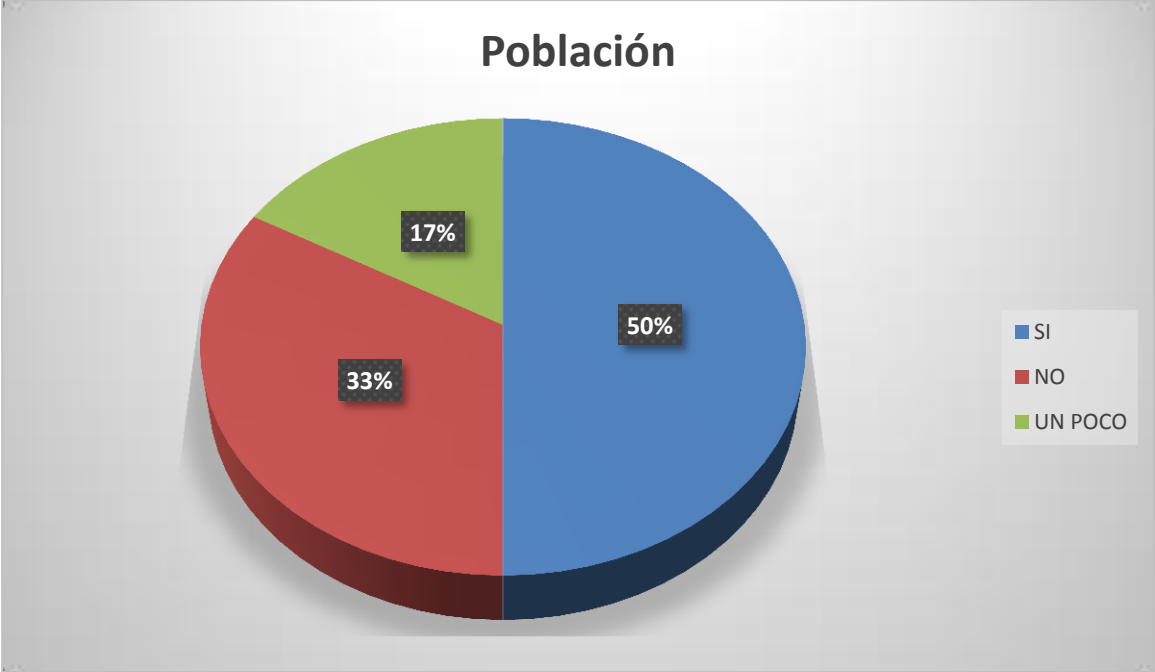
Las instituciones público son en primera instancia las organizaciones patrocinadoras del proyecto por ejemplo Fundación Fares Guatemala y Fares USA, PACUNAM, PERENCO, Universidad de Brigham Young de Utah. Luego mantiene comunicación estrecha con el IDAEH, CONAP y otras entidades de la administración pública y finamente, mantiene relación con el Museo de Arqueología y Etnología, USAC y eventualmente otras universidades tanto nacionales como extranjeras.

A continuación se muestran las gráficas obtenidas a partir de los resultados de la encuesta de comunicación externa, el muestreo se realizó con un universo de doce participantes entre los que se enumeran patrocinadores e investigadores voluntarios.

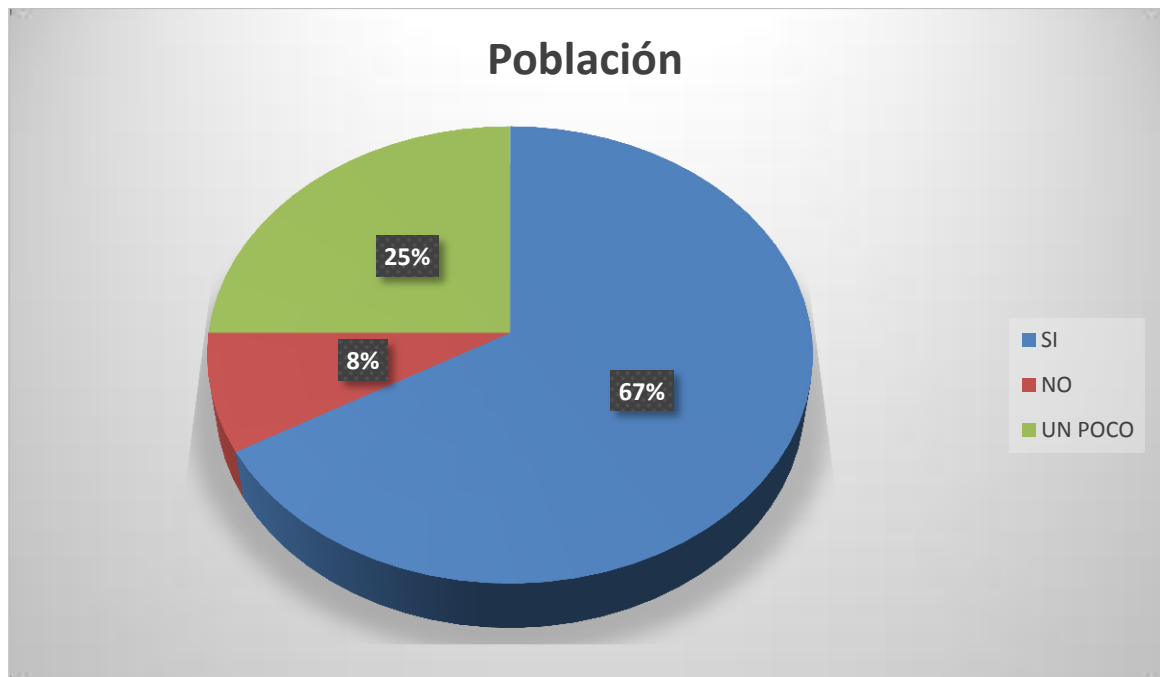
1. ¿Conoce la función del Proyecto el Mirador?



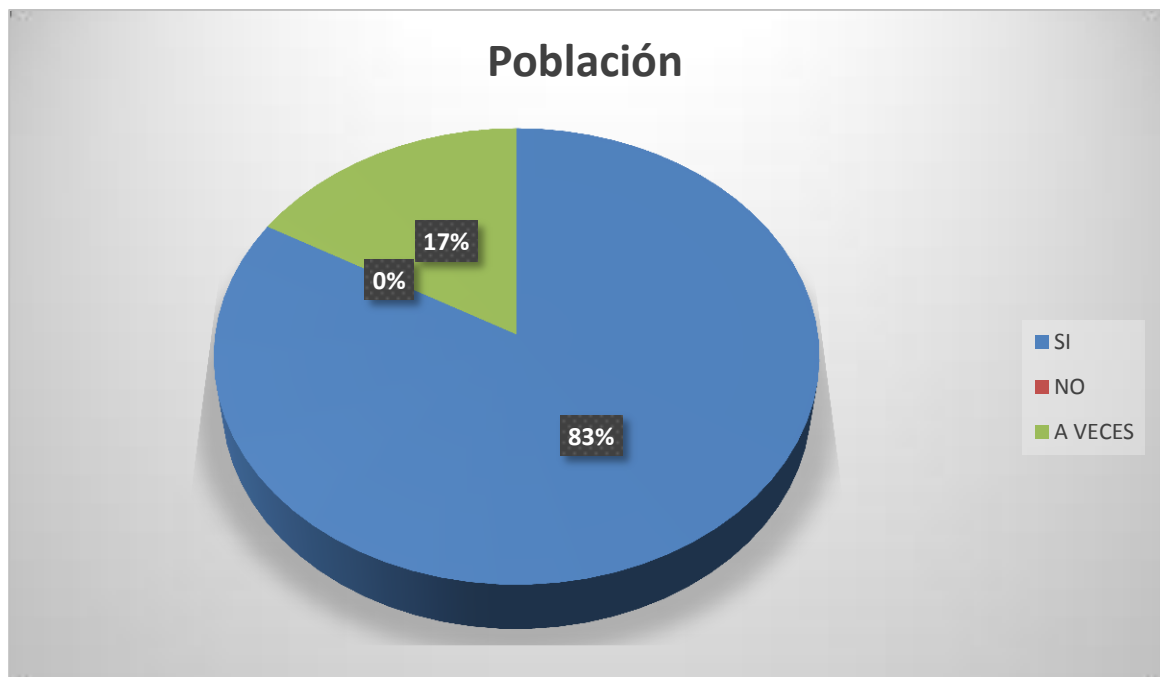
2. ¿Conoce la filosofía del proyecto?



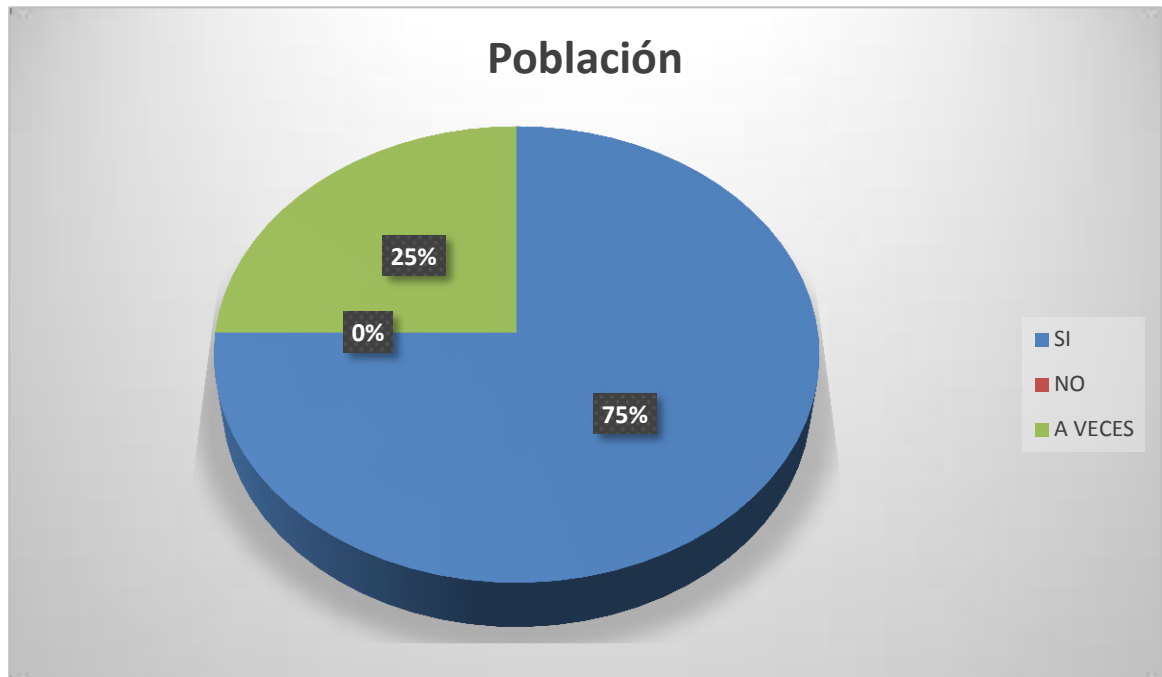
3. ¿Conoce las actividades de trabajo del proyecto?



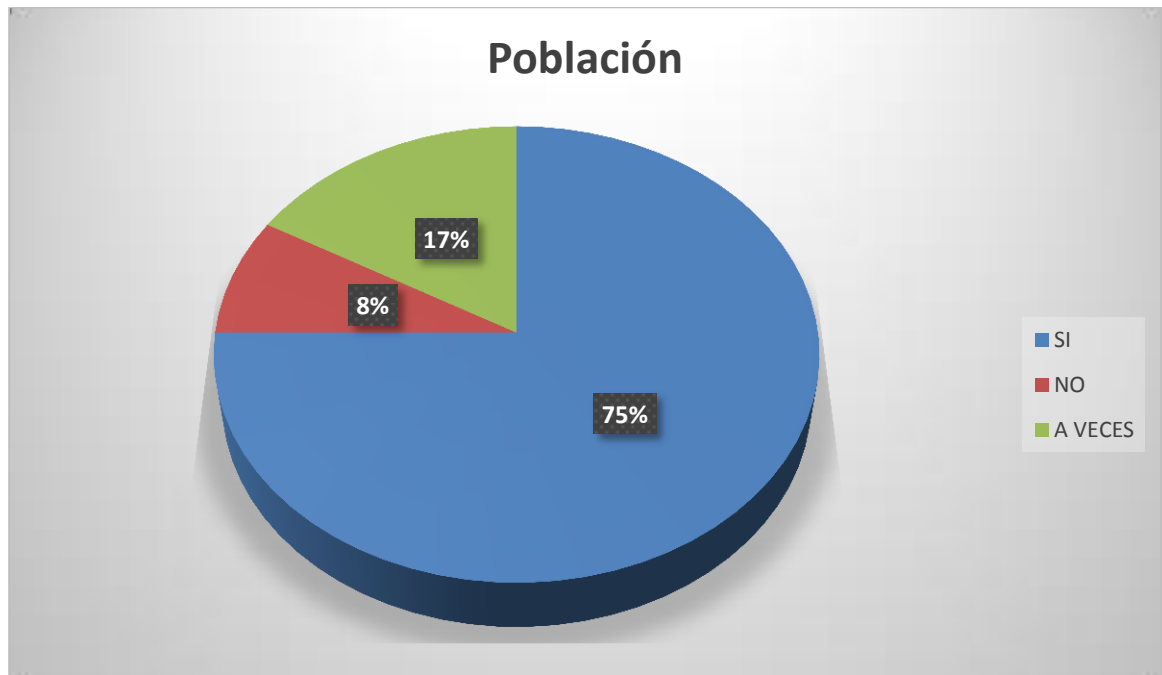
4. ¿Tiene facilidad para contactar a los colaboradores del proyecto?



5. ¿Identifica el logo del Proyecto Cuenca el Mirador?



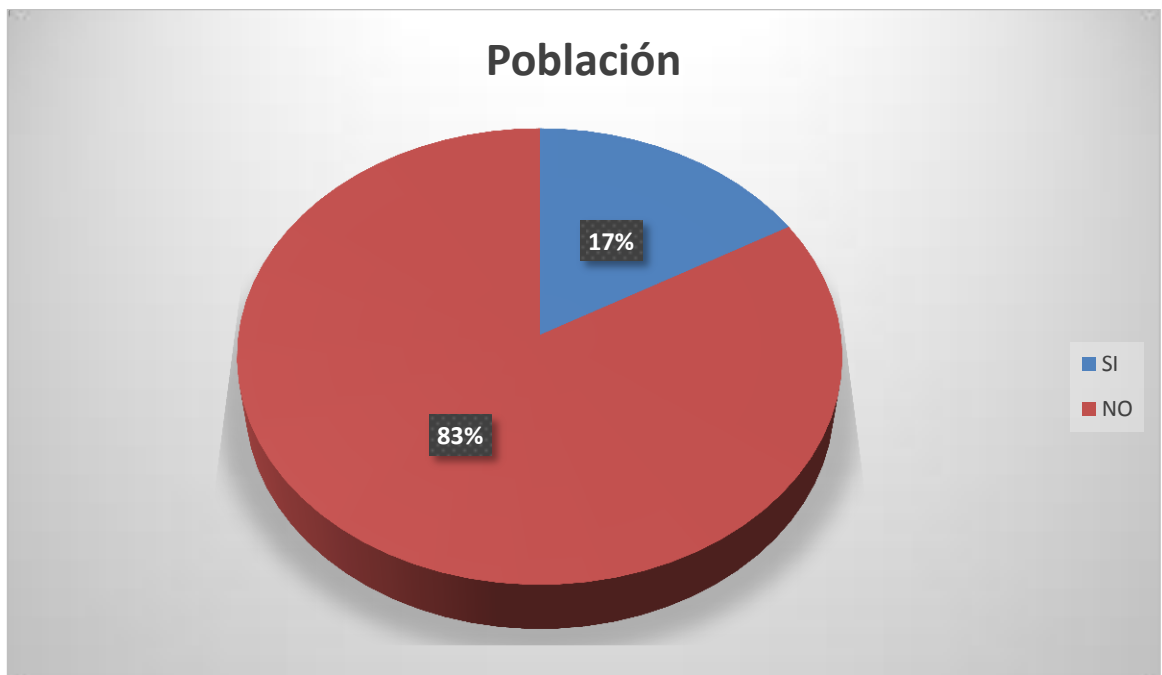
6. ¿Es satisfactoria la calidad con que le responden en el proyecto?



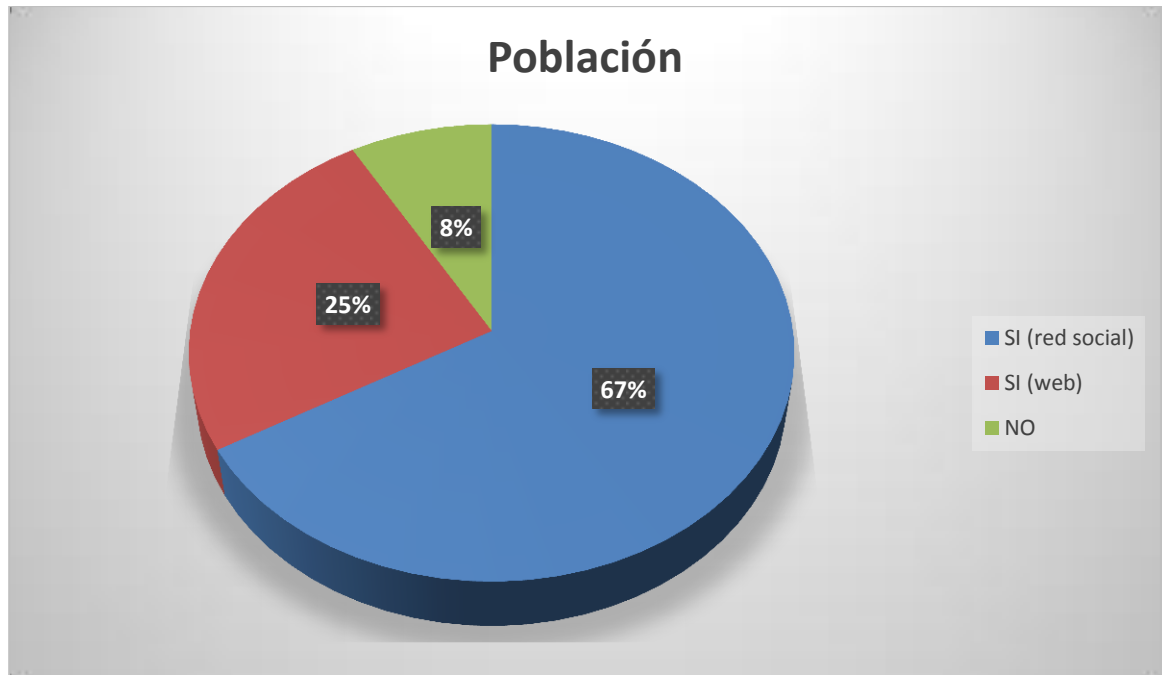
7. ¿Recibe periódicamente algún tipo boletín informativo o informe sobre el proyecto?



8. ¿Ha visto algún mensaje publicitario del proyecto y en caso de ser positivo por cuál de los medios lo ha recibido?



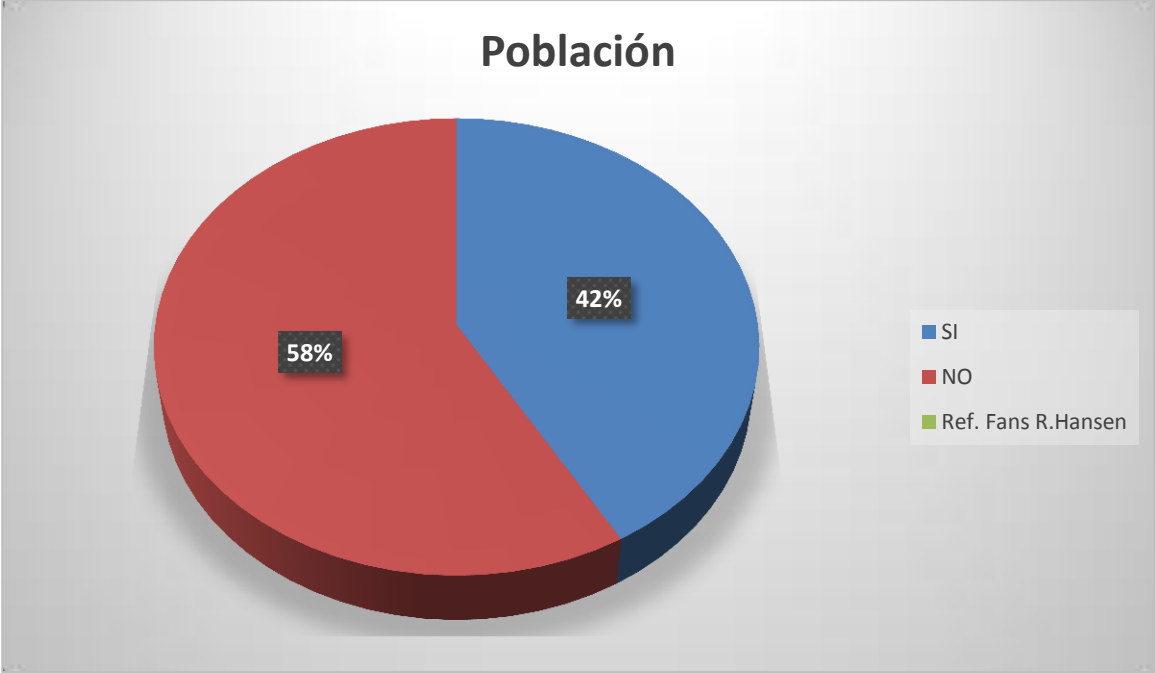
9. ¿Considera que el proyecto debe realizar más publicidad y por cuál medio?



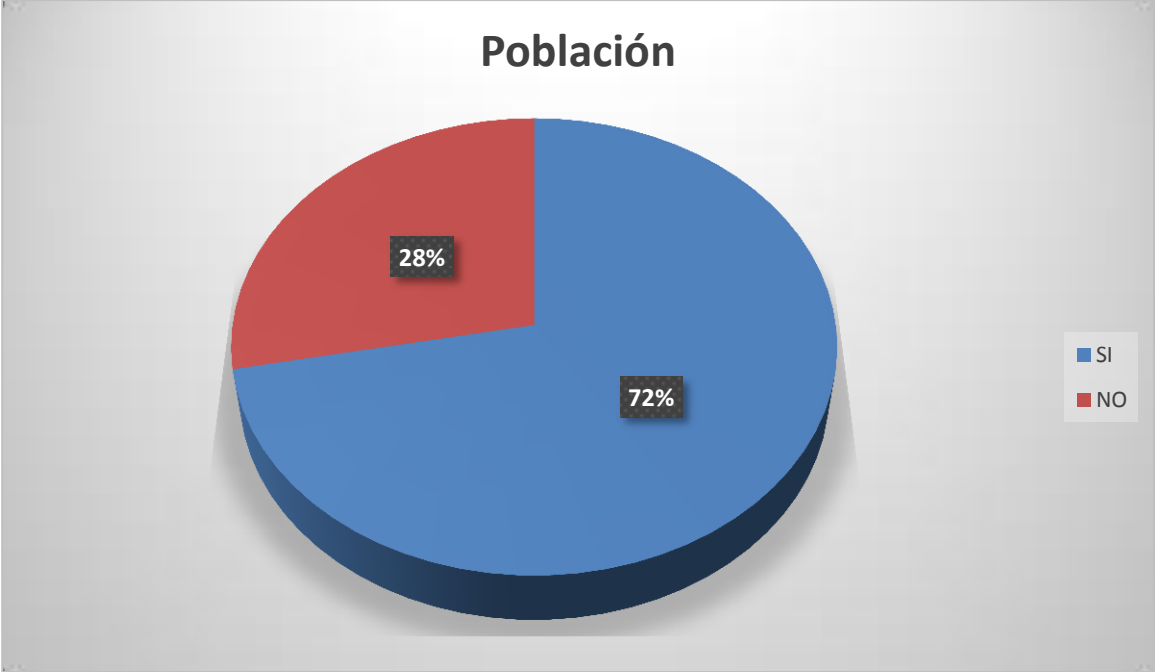
10. ¿Ha visto la página web del Proyecto el Mirador?



11. ¿Sigue las redes sociales del proyecto?



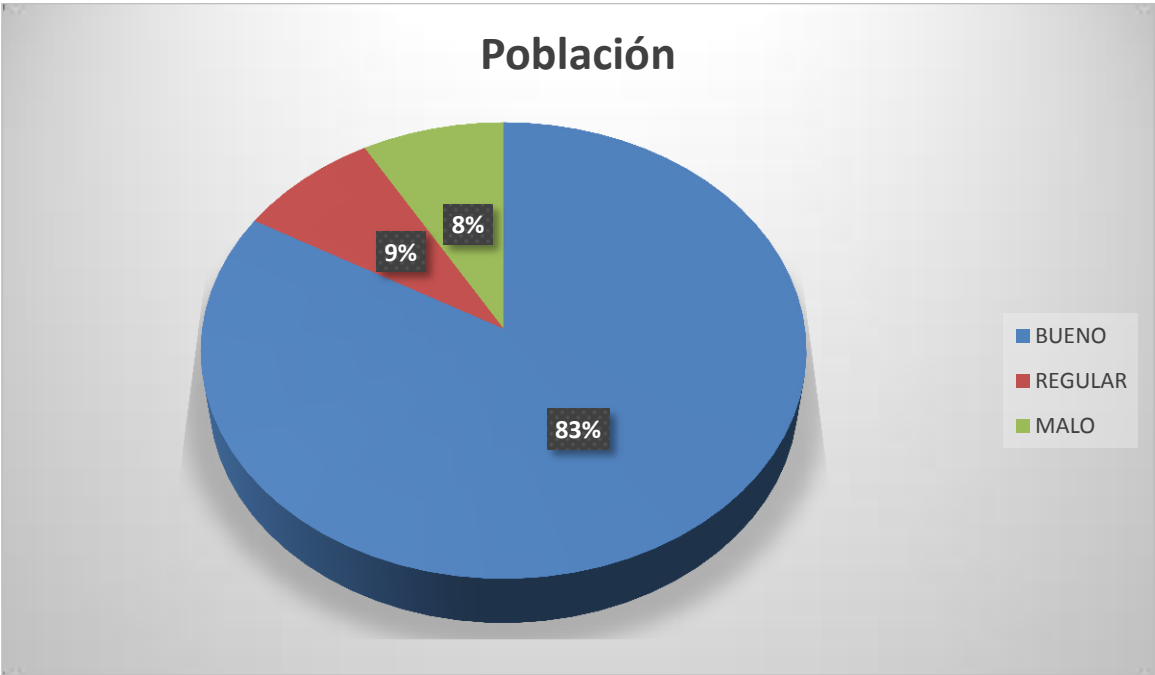
12. ¿Identifica la cara institucional, vocero o comunicador oficial del Proyecto?



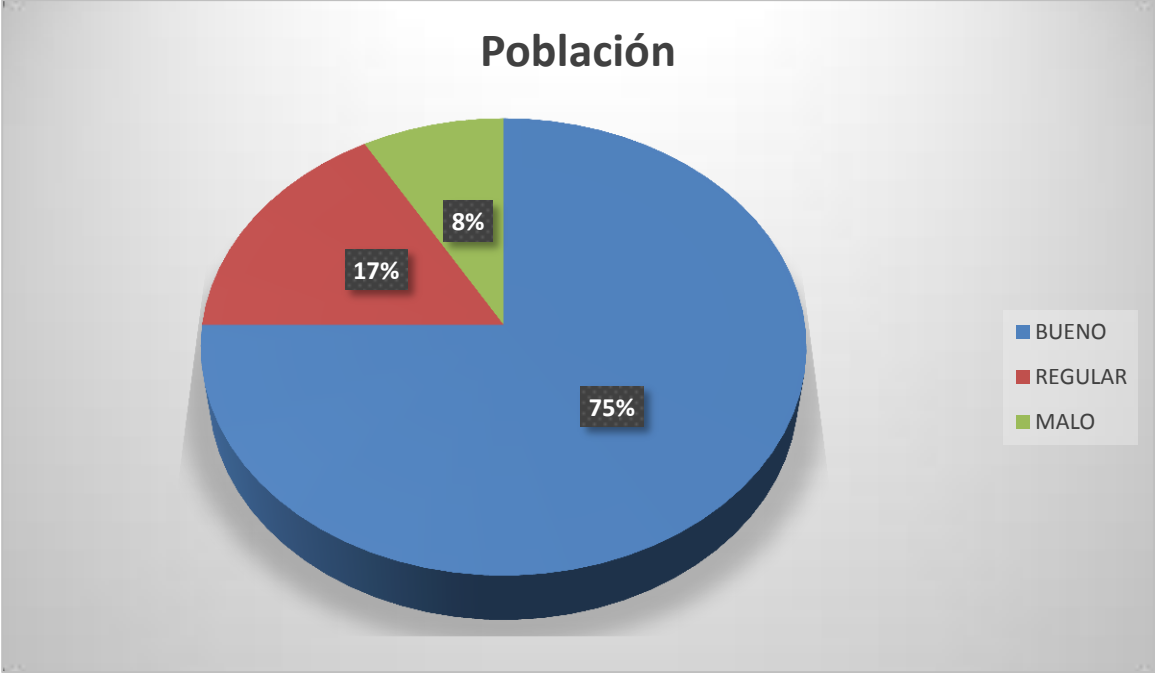
13. ¿Cómo percibe el ambiente de trabajo y de compañerismo dentro del proyecto?



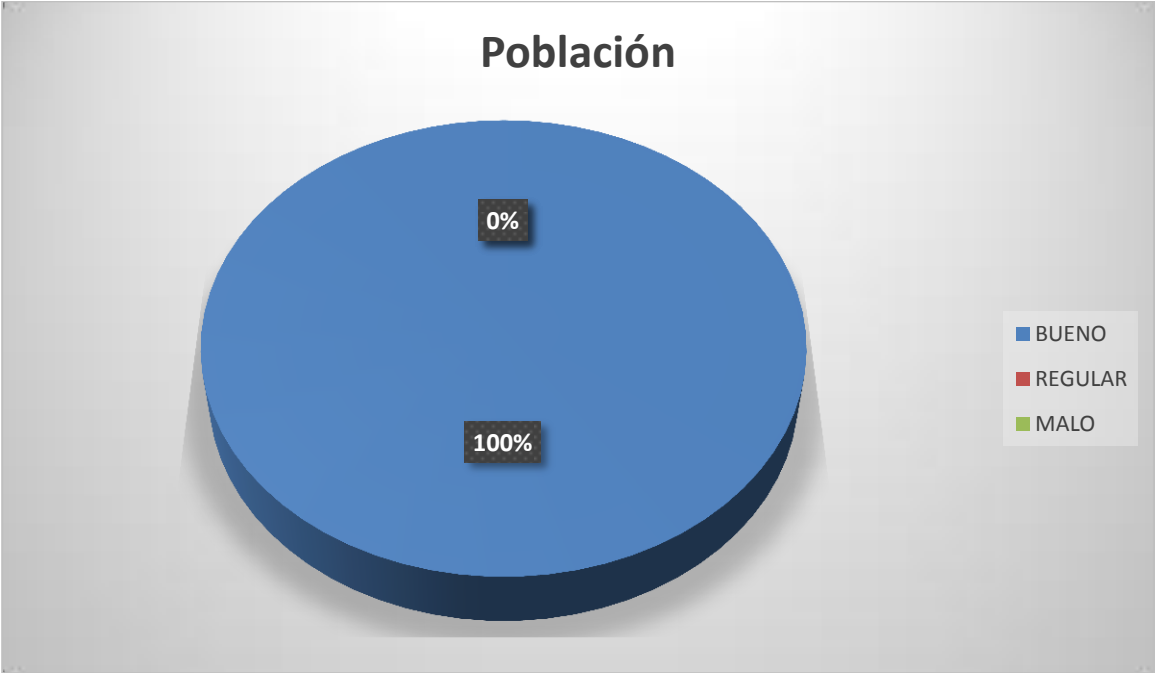
14. ¿Cómo percibe la funcionalidad de los medios de comunicación que utilizan en la institución?



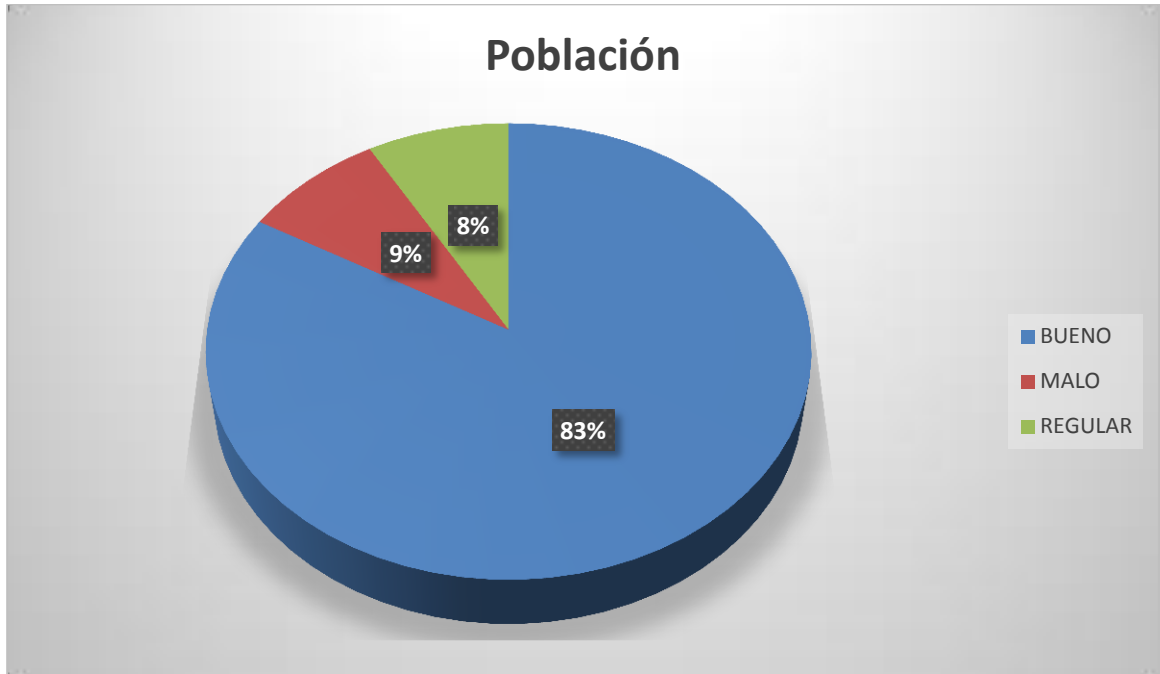
15. ¿Cómo percibe la calidad de la comunicación que emite la institución?



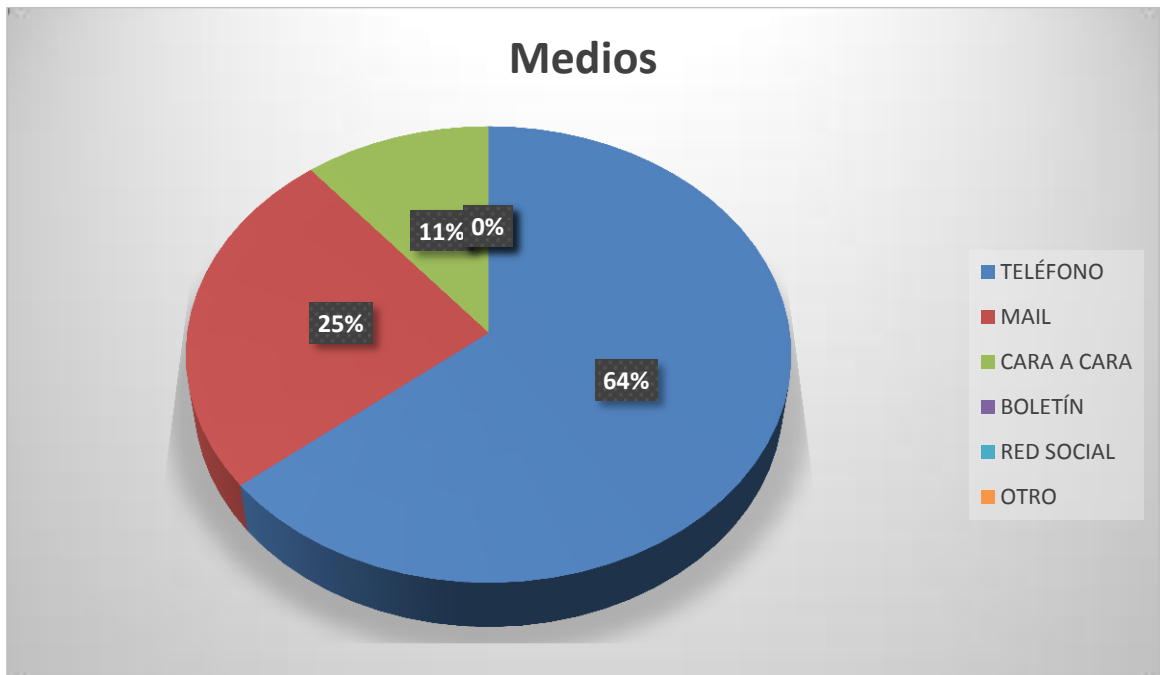
16. ¿Cómo percibe la imagen y reputación del Proyecto Cuenca el Mirador respecto a sus actividades?



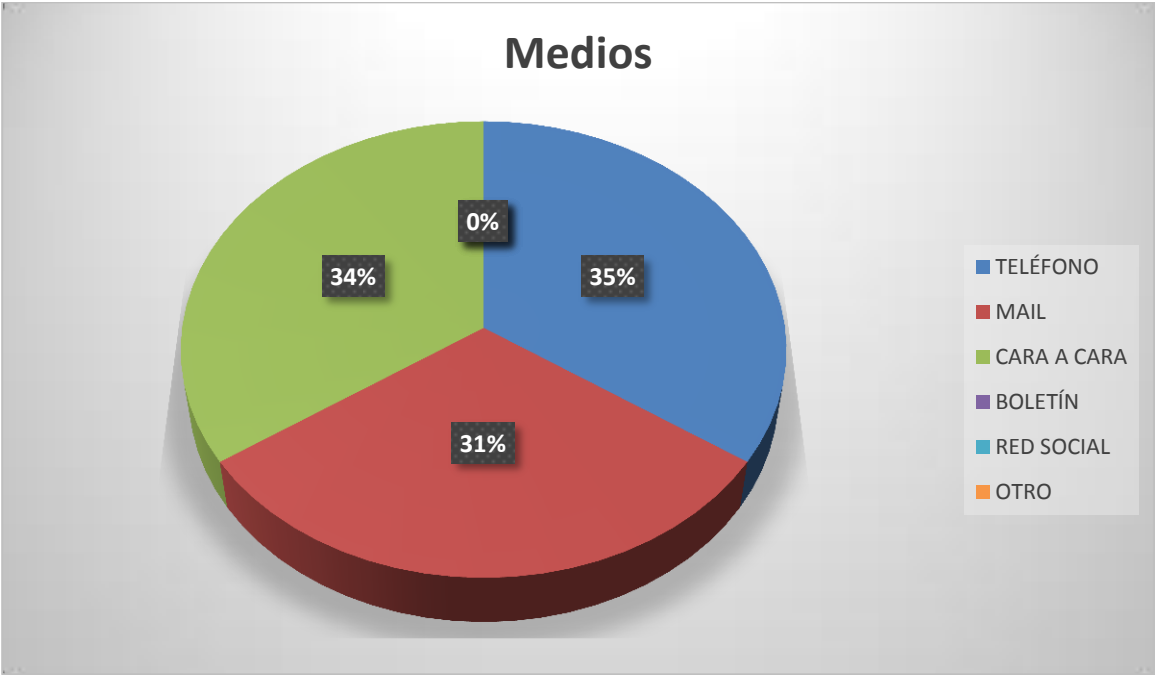
17. ¿Cómo percibe la imagen y reputación del Proyecto Cuenca el Mirador respecto a su organización?



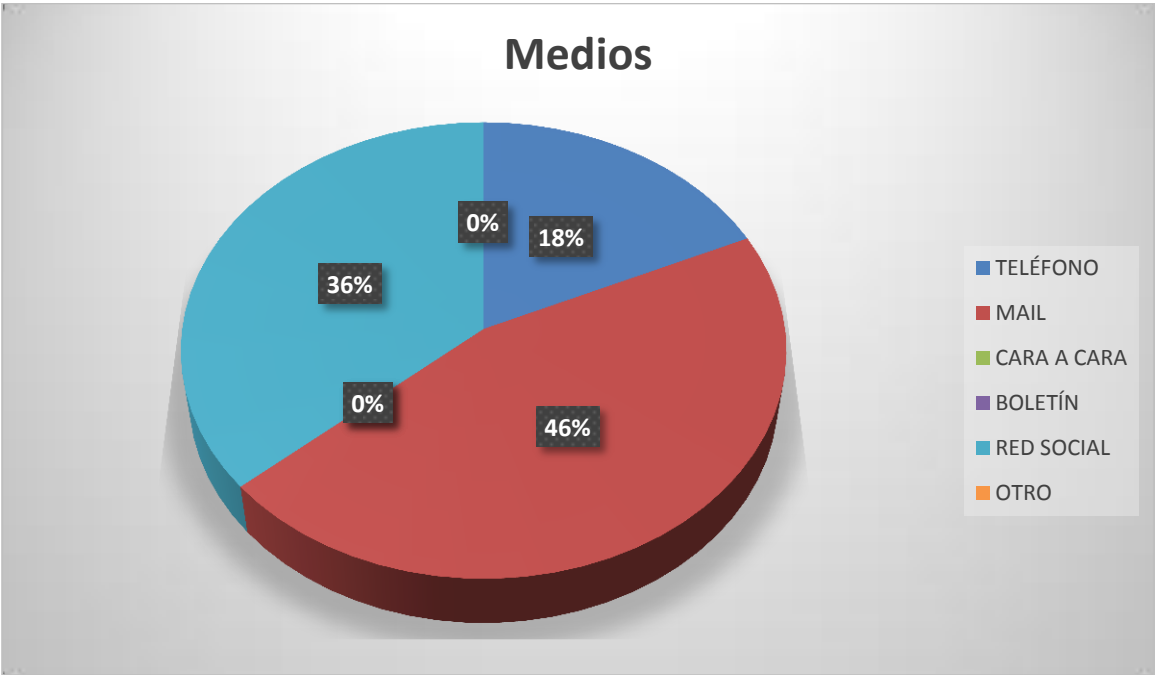
18. ¿Qué medios de comunicación utiliza usted para comunicarse con el proyecto?



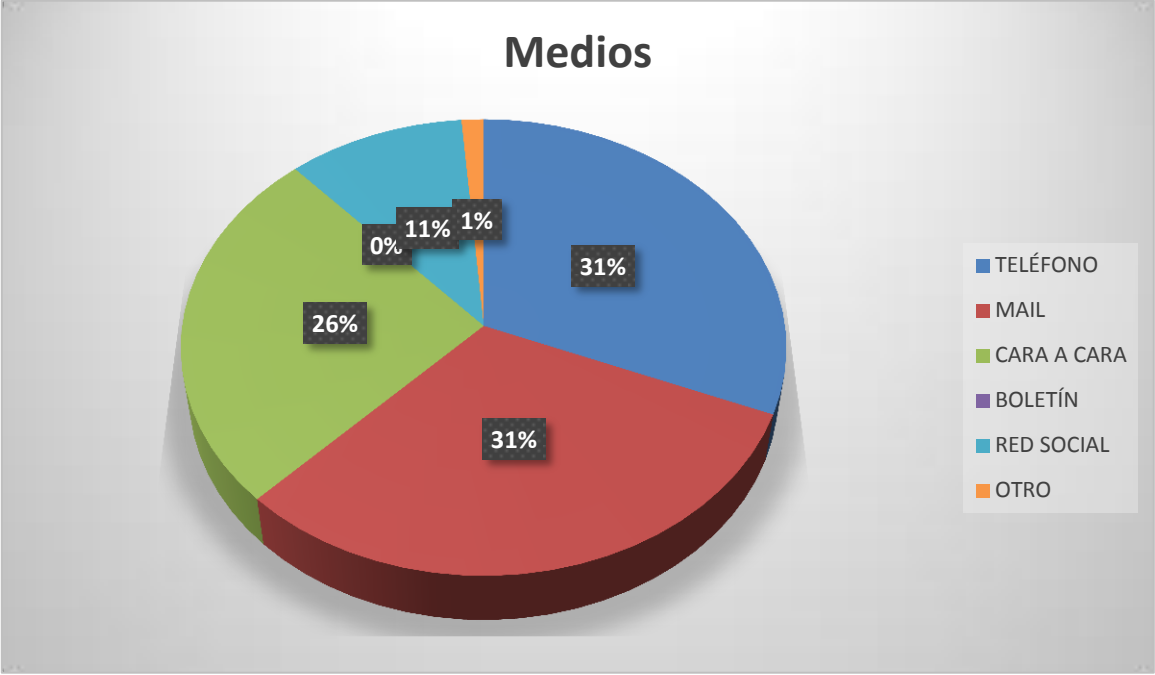
19. ¿Qué medios de comunicación utiliza el proyecto para comunicarse con usted?



20. ¿Qué medios de comunicación considera usted que funcionarían bien para optimizar la comunicación con el proyecto?



Se identifica que los medios favoritos más utilizados por los públicos externos con el teléfono, el mail y cara a cara aunque hay una propuesta del uso de redes sociales. Estos medios son utilizados tanto por la vía de emisión como por la de recepción.



3.8 Análisis de la identidad corporativa

La encuesta de comunicación externa facilitó la obtención de datos para su respectivo análisis. Por otra parte, cuando hablamos de identidad corporativa estamos haciendo referencia a los diferentes elementos que una empresa, marca o compañía utiliza para distinguirse del resto (<http://www.definicionabc.com/negocios/identidadcorporativa.php>), en otras palabras, por medio de la identidad corporativa puede tenerse la capacidad de generar un posicionamiento en la mente de los públicos en cuanto a la marca de la institución.

3.8.1 Signos

El Proyecto Cuenca el Mirador posee una variedad de logos glíficos mayas y epigráficos que suelen utilizarse para diferentes funciones. En cuanto a los signos lingüísticos, presenta de forma clara el nombre del proyecto que hace alusión obvia al sitio arqueológico protegido ubicado al norte del Petén.

De los signos icónicos, se reseña sobre la multiplicidad de glifos utilizados pues aún no se ha determinado un estándar oficial para la institución, sin embargo la más utilizada es un glifo de estructura zoomorfa, representada por una serpiente del reinado Kan o conocido también como Kaan, familia propia del sitio arqueológico. Es fácil distinguirlo para quienes tienen conocimientos profundos en epigrafía pero para el resto de públicos puede resultar difícil de identificar.



PROYECTO CUENCA MIRADOR

Los signos cromáticos hacen una representación del verde selva, del frescor de la naturaleza y tranquilidad del sitio, pero también se ha utilizado un color sepia claro que protagoniza los pigmentos arqueológicos y hace contacto con el elemento tierra. En cualquier caso, no se cuenta con un pantone y dimensión establecidos.

3.8.2 Funciones

Los signos para los públicos nuevos, si bien son atractivos y significativos, no constituyen un modelo práctico para el posicionamiento de imagen, la primera función podrá establecerse una vez que se dictamine un logo único y específico. Sin embargo se evidenció que los colaboradores portan con orgullo y distinción cualquier producto como playera, gorra, tatuaje, u otro que les vincule con el proyecto.

3.9 Análisis de la imagen corporativa

La imagen corporativa resulta ser el conjunto de cualidades que los consumidores atribuyen a una determinada compañía, es decir, lo que una empresa significa para la sociedad, como se le percibe.

(<http://www.definicionabc.com/comunicacion/imagen-corporativa.php>).

3.10 Elementos

La cultura corporativa del Proyecto el Mirador radica en un ambiente de armonía y convivencia continua, debe tomarse en cuenta que uno de los estereotipos bastante acertado tanto del investigador como del arqueólogo, es su conducta humana y aparentemente despreocupada, sin embargo el compromiso con su trabajo investigativo revela responsabilidad y preocupación de cumplimiento por parte de la mayoría de los colaboradores. El clima organizacional, casi siempre se transforma en una atmosfera de intercambios comunicativos, exposiciones de puntos de vista en materia laboral pero eventualmente, se puede observar algún caso de descontento, celo profesional y rivalidad.

3.11 Comunicación en crisis

Tal cual se mencionó en el análisis de comunicación interna, a la fecha la institución no cuenta con estrategia para la prevención o manejo de crisis comunicacional. Eventualmente se producen circunstancias mediáticas que deben ser atendidas.

3.12 FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Personal calificado y técnico e investigativo con comunicación horizontal• Equipo ya fortalecido para temporadas de campo.• Base de datos general del área (mapas) como parte del sistema de comunicación abierto.• Acceso a estudios científicos con datos especializados del área y su contenido arqueológico.• Excelente coordinación por parte del Codirector.• Unión y colaboración por parte de los colaboradores	<ul style="list-style-type: none">• Carencia de organigrama oficial.• Ausencia de un encargado directo para el área de comunicación• Falta de identidad hacia los puestos de trabajo por algunos colaboradores• Ausencia de manuales de funciones• Ausencia de manuales de procedimientos y• Cantidad demasiado grande de material arqueológico que es difícil de clasificar.• Difícil acceso al área de campo.

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Diversidad de material investigativo para publicar • Excelente patrocinio internacional y nacional. • Capacidad del sitio arqueológico de atraer la atención de personalidades e instituciones influyentes. • Equipo de trabajo con diversos conocimientos. • Equipo de trabajo apasionado por el tema arqueológico 	<ul style="list-style-type: none"> • Reducción de ingresos por donaciones. • Casi todo el peso de decisión administrativa recae sobre el Codirector. • Todo el peso de búsqueda de patrocinios recae sobre el Director • No existen nuevos sistemas de captación de fondos. • Inestabilidad política nacional.

3.12 Análisis y pronóstico de la situación

A partir de la identificación del FODA comunicacional se proponen las siguientes alternativas:

3.12.1 Alternativas entre fortalezas y oportunidades

- Al contar con personal investigativo y dedicado en conjunto con la diversidad de material de informes e investigaciones, se puede optar a la realización de 3 excelentes publicaciones.
- Se cuenta con investigación científica y patrocinio en su mayoría extranjero, la institución se convierte en un ente altamente atractivo en tema arqueológico.

- La codirección es muy protagónica y el equipo de trabajo está muy bien identificado con el tema arqueológico, por lo que afianza la calidad de investigación que eventualmente es publicada o presentada en eventos, simposios o recitales.
- La colaboración y unión del personal, así como la capacidad del sitio para atraer nuevos visitantes, convierten al proyecto en un destino potencial.

3.12.2 Alternativas entre debilidades y oportunidades

- Se carece de una estructura organizacional básica, pero se tiene un equipo de trabajo comprometido y eficiente.
- No existe un encargado directo para la atención a la comunicación pero el equipo de trabajo es multidisciplinario y se cuenta con un gran apoyo en la codirección
- Se tiene ausencia de manuales de procedimientos pero se cuenta con un equipo apasionado por su trabajo.
- El acceso al área de campo es difícil pero se cuenta con un buen patrocinio en su mayoría extranjero.

3.12.3 Alternativas entre fortalezas y amenazas

- La base de datos del área al sistema de comunicación interno abierto fortalece el proyecto aun cuando existe una reducción de ingresos por donaciones.
- El equipo de trabajo fortalecido e identificado con sus labores reduce la carga administrativa de la codirección.
- La excelente coordinación de la codirección amortigua las crisis frente a la inestabilidad de la administración pública.
- La comunicación horizontal del personal alerta sobre las posibles crisis en torno a la carencia del sistemas de captación de fondos

3.12.4 Alternativas entre debilidades y amenazas

- La carencia de una estructura organizacional definida y la mayor parte del peso administrativo de la codirección pueden derrumbar terriblemente la organización en el área operativa.
- La ausencia de un delegado para la comunicación y la carencia de nuevos sistemas de captación de fondos podrían llevar a la desaparición del Proyecto.
- La carencia de manuales de funciones y los pesos distribuidos sobre la dirección y codirección aumentan el estrés administrativo.
- El difícil acceso al área y la reducción de ingresos por donantes pueden fragmentar el Proyecto, especialmente sin una ejecución publicitaria o de difusión de la investigación generada.

3.13 Factores *influyentes directos e indirectos*

Los factores influyentes son todos aquellos que tienen relación con la institución así como con sus actividades, puede ser factores directos, indirectos, internos o externos. Pueden ser por recursos financieros, humanos, políticos entre otros.

3.14.1 Factores directos

Entre los factores directos más importantes se enumera la ausencia de un comunicador, la estructura organizacional antigua, la comunicación informal producida por el tipo de comunicación circular, la falta de delimitación de los medios de comunicación, la falta de publicidad y otros.

3.15.2 Factores indirectos

Entre los factores indirectos se encuentra, la diferencia de horarios de los colaboradores, el manejo de la administración financiera, la participación de los patrocinadores, la visita eventual del Director, todo o casi todo el peso administrativo en el Codirector, los acontecimientos del IDAEH y otros propiamente externos.

3.16.3 Árbol de problemas

- La estructura organizacional poco definida y la falta de socialización, afecta la autonomía del colaborador.
- La delimitación de áreas de trabajo tanto físicas como denominativas, afecta la identidad laboral.
- La falta de un asistente en la Codirección afecta el manejo de agenda y recae todo el peso sobre el Codirector.
- La diferencia y traslape de horarios afecta el flujo de comunicación.
- El consentimiento del personal no meritorio del puesto afecta el presupuesto y operatividad de la institución.
- La falta de manuales de funciones afecta los procesos de contratación.
- La ausencia de un comunicador afecta los procesos de comunicación interna y externa.
- La carencia de un manual de crisis que facilite los procesos de resolución y prevención de conflictos.
- La carencia de redes sociales también impacta en la búsqueda de nuevos públicos.
- La carencia de materiales publicitarios limitan la presencia institucional durante los eventos.

3.17.4 Determinación de prioridades comunicacionales

Los instrumentos metodológicos contribuyeron a evidenciar las prioridades comunicacionales, las entrevistas y la guía de observación proyectaron la prioridad comunicacional desde las necesidades administrativas, mientras las encuestas apoyaron en la identificación de necesidades operativas.

3.18 Prioridades de comunicación interna

Problema	Posible solución	Tipo de urgencia	Inmediatez de ejecución de solución	Recursos
La estructura organizacional poco definida y falta de socialización, afecta la autonomía del colaborador	Replantear un organigrama oficial, así como el uso de señalética interna.	El organigrama y su difusión debe ser atendido cuanto antes	Es de fácil atención, pero la señalética podrá llevar más tiempo.	Recursos económicos para la impresión de señalética.
La carencia de manuales de funciones afectan los procesos de contratación	Elaborar manuales de funciones	De carácter urgente	Es de fácil atención pues se requiere disponibilidad de la codirección	Recurso de tiempo y equipo de cómputo.
La diferencia y traslape de horarios entorpece el flujo comunicacional	Establecer una agenda en común para todos los colaboradores	De carácter medio	De fácil elaboración	Recurso de tiempo y apoyo del Codirector.

3.18 Prioridades de comunicación externa

Problema	Posible solución	Tipo de urgencia	Inmediatez de ejecución de solución	Recursos
Ausencia de un comunicador que atienda comunicación externa	Creación de un departamento de comunicación que atienda la línea de acción	De carácter medio	De difícil ejecución	Recursos financieros y disposición administrativa.
Falta de presencia en el ambiente tecnológico como Facebook en redes sociales.	diseño, elaboración y administración redes sociales	De carácter medio	Redes sociales de fácil ejecución pero página web podrá llevar más tiempo.	Recurso financiero para la página web y disposición de políticas que autoricen.
Carencia de un manual de crisis que facilite los procesos, prevenga y resuelva los problemas comunicacionales	Elaboración de manual de crisis que atienda tales necesidades	De carácter medio	Es de fácil atención pues se requiere disponibilidad de la codirección	Recurso de tiempo y equipo de cómputo.

3.19 Propuesta de posibles soluciones

Tal cual se estableció en la gráfica anterior, las posibles soluciones se desglosan de la siguiente manera tanto para comunicación interna como para externa.

3.19.1 Posibles soluciones para comunicación interna

Replantear un organigrama oficial, así como el uso de señalética interna.
Elaborar manuales de funciones
Establecer una agenda en común para todos los colaboradores

3.19.2 Posibles soluciones para comunicación externa

Creación de un departamento de comunicación
diseño, elaboración y administración de página web y redes sociales
Elaboración de manual de crisis

3.19.3 Funciones de la comunicación:

De acuerdo a los datos obtenidos por medio del presente diagnóstico se determinó que las funciones comunicacionales en relación a las propuestas de posibles soluciones son enumeradas de la siguiente manera:

- Referencial, pues el proyecto cuenta con una reputación de atractivo turístico.
- Connotativa, ya que su primer receptor es el IDAEH ejerciendo como un ente fiscalizador y luego la cooperación de donadores extranjeros quienes mantiene con vida el proyecto en sentido financiero.
- Emotiva, porque la naturaleza del trabajo requiere interacción constante sobre todo en el área de campo, los colaboradores han logrado mantener a la fecha una relación de compadrazgo bastante sólida.

- De implicación, pues todo sistema requiere de adecuados flujos comunicacionales tanto en la vía externa como interna. Análisis fundamentado en “Funciones de la comunicación” por Patricia de León, investigación en PCI (2013 Pagina. 50)

3.20 Fundamentos epistemológicos

En seguimiento a la necesidad de respaldar el presente documento a medida de una investigación científica, es oportuno exponer las teorías de la comunicación que brindan el fundamento científico sobre decisiones y aportes realizados por la practicante, pues obedecen a criterios expuestos por teóricos y expertos en estructuras comunicaciones, a continuación se encuentran las teorías así como sus características y exponentes.

3.21 Teorías de la comunicación

Teoría clásica de la organización (Frederick Taylor y Henri Fayol):

Entre sus características se cuentan: División del trabajo, autoridad y responsabilidad, disciplina, unidad de mando, unidad de dirección, interés general sobre lo individual, justa remuneración, delegación Vs. Centralización, jerarquías, equidad, estabilidad personal, iniciativa, espíritu de equipo.

Es aplicable en todos los sectores de desarrollo social como el educativo, comercial incluso eclesiástico. La comunicación es estrecha pues en su función comercial requiere de intercambios. La jerarquía y control de mandos implica una comunicación constante y por ello es perfectamente aplicable al Mirador.

Estructura de la organización (Henry Mitzberg y Strategor):

La especialización, que es la forma de división del trabajo simple en sentido organizativo, la coordinación y áreas de mando, donde existen grupos bajo

mandos determinados, la formalización que es el grado de estandarización de las actividades y procedimientos o burocratización

En el Proyecto el Mirador puede aplicarse de forma vertical, ya que busca resultados organizados bien estructurados.

Procesos de la organización (Frederick Taylor y Henri Fayol):

La organización debe relacionarse con los objetivos, la especialización debe limitarse a una sola actividad, la jerarquía establece los centros de autoridad, la paridad de autoridad y responsabilidad, la unidad de mando determina la fusión y el control, la difusión cubre la autoridad en materia de comunicación, la amplitud o tramo de control, la coordinación y continuidad, aplicación del equilibrio, flexibilidad en la estructura de la organización.

Es aplicable en la comunicación especialmente en la ejecución de difusión del mensaje. Éste protagoniza la línea de medios, muy importante para la institución.

Teoría de las relaciones humanas (Elton Mayo):

Trata la organización como grupo de personas, hace énfasis en las personas, se inspira en sistemas de psicología, delegación plena de la autoridad, autonomía del trabajador, confianza y apertura, énfasis en las relaciones humanas, confianza en las personas, dinámica grupal e interpersonal.

Se aplica a la comunicación horizontal más que vertical, participativa, de intercambio y respeto. Esta teoría se desarrolla en el Proyecto Cuenca el Mirador de manera muy sustancial.

Teoría de la motivación (Abraham Maslow):

Busca la autoexpresión, independencia, oportunidad dentro de la autorrealización, proyecta reconocimiento, cumplimiento, prestigio en la estima, en la ámbito social promueve el compañerismo, equipo, aceptación, promueve la seguridad y

reducción de riesgos, apuesta por el confort, e instinto de conservación en las necesidades fisiológicas.

La teoría de la motivación, en sus principios comunicacionales colabora en bien con muchas otras teorías expuestas aquí, ya que su propósito es generar una actitud positiva para un mejor desempeño del receptor, durante el diagnóstico se identificó que existen planes de motivación pero algunos perfiles carecen de autonomía.

Teoría de las relaciones públicas (Ivy Lee inicia y perfecciona Edward Louis Bernais):

Vincula otras ciencias como la antropología, comunicación, sociología, psicología, etc. Le da especial lugar a la imagen, comunicación y público, así como a los procesos y fidelidad de comunicación. Atiende el ruido, comunicación en crisis y rumor.

Esta es una de las teorías más comprometidas con la comunicación, el uso y el modo de la información obedecen a una serie de comportamientos establecidos dentro de las sociedades. El Proyecto el Mirador podría contar con un adecuado manejo de las relaciones públicas.

Teoría de la información (Claude Shannon):

Proporciona formulaciones matemáticas y alternativas de manejo de éstas en forma inteligente, mejora la capacidad de los canales de comunicación, mejora la velocidad de creación y desplazamiento del mensaje, es utilizado en cibernética, utiliza sistema binario.

Esta teoría aporta a la comunicación urgente canales de desplazamiento inmediato y efectivo, se preocupa por una difusión de rapidez, especialmente para el área de campo y todos los campamentos que la institución monta cíclicamente.

Teoría de la sociedad de la información (Peter Druker):

Se ocupa de la medición de la información, de su representación y codificación, así como la capacidad de los sistemas de comunicación para transmitir y procesar información, vincula la cantidad de información contenida en un estricto valor matemático.

Esta aplica de manera particular, en los procesos de difusión del Proyecto el Mirador, a la comunicación en términos de vanguardia y desarrollo de los sistemas, amplía la comunicación a un estado más eficaz de difusión, busca la prontitud y acelera los procesos.

Teoría de los sistemas (Ludwin Bon Bertalanfy):

Entradas quienes abastecen al sistema, procesamiento o transformación de insumo, salida o resultado del producto y retroalimentación o respuesta que recibe como sistema.

Esta teoría está estrechamente vinculada pues debe sostenerse un sistema abierto, éste se procesa en sentido cíclico. Además, el sistema del proyecto está sujeto a donaciones gestionadas por el Director, de manera que su ausencia podría cerrar el sistema y la institución correría riesgos.

Modelo lineal (Claude E. Shannon y Warren Weaver):

Marca la transmisión del mensaje mostrando la esencia del proceso, es una de las fuentes más importantes de estudios sobre la comunicación, busca la exactitud y eficiencia del proceso de comunicación, alto sentido de expresión del mensaje.

El modelo lineal es aplicable a la comunicación en sentido directo pues apela por los canales de difusión, recurso que debiere definirse dentro de la institución tanto para la comunicación interna como para la externa.

Modelo de Lasswell (Harold Dight Lasswell):

Establece los ámbitos de análisis, reproduce la comunicación como un medio de transmisión, pretende abarcar con un mensaje una gran cantidad de receptores, busca el medio de comunicación apropiado para que sea recibido en óptimas condiciones por el receptor.

Aplica a la comunicación durante la búsqueda mediática adecuada para cada receptor, este modelo es muy adecuado para la gestión de donaciones y nuevos públicos para el Proyecto el Mirador.

3.22 Cronograma de diagnóstico

Fecha \ Actividad	Mayo 09	Mayo 17	Junio 24	Junio 31	Junio 07	Julio 14	Julio 21	Julio 23	Junio 30
Elaboración de ficha de observación									
Ejecución de observación									
Ejecución de diagnóstico situacional									
Análisis de la comunicación interna									
Realización de encuestas de comunicación interna									
Entrevistas de comunicación interna y externa									
Realización de encuestas de comunicación externa									
Análisis de comunicación externa									
Presentación del informe									

CAPÍTULO IV

4. Propuesta de estrategia de comunicación

4.1 Justificación

En seguimiento a la estructura del diagnóstico, se considera necesario exponer la propuesta de la estrategia con el objetivo de facilitar los procesos dentro de la institución Sitio Arqueológico Cuenca el Mirador. En la estrategia se delimitan los productos más adecuados para el óptimo desarrollo de los segmentos identificados como débiles diagnosticados en el presente informe, tanto de la comunicación como de la organización en sí misma. Careciente de estos productos el diagnóstico es en sí un estudio neutral.

La presente estrategia propone soluciones a problemas de la comunicación tanto interna como externa, favorece el flujo comunicacional y apuesta por un sistema con propuestas tanto correctivas como de implementación en materia de resultados. La estrategia además, busca fortalecer la relación con nuevos públicos para el Proyecto el Mirador, quienes a su vez, contribuyan con el desarrollo y crecimiento de la institución.

El personal administrativo – operativo del Proyecto Cuenca el Mirador, necesita soluciones efectivas que valoricen la labor que dentro de la institución se ejerce, estas soluciones demandan la creación de vínculos con públicos internos y externos. A partir de los logros señalados el resultado final proyecta autonomía por parte de los colaboradores, estandarizar los canales comunicacionales dentro de la institución, generar un patrón organizacional más estructurado, que, en conjunto obedezcan a la estrategia global del Proyecto Cuenca el Mirador, concluyendo en obtención de nuevos donantes y apertura de nuevas líneas de desarrollo para el proyecto.

Objetivos:

Objetivo general de la estrategia:

Generar las propuestas adecuadas y optimas potencializando y replanteando en cada uno de los casos de acuerdo a las necesidades, en el Proyecto Cuenca el Mirador.

Objetivos específicos:

Comunicación interna:

- Proponer un organigrama amigable, comprensible para todos los colaboradores del Proyecto Cuenca el Mirador, que fortalezca el empoderamiento de los puestos de trabajo asignado a cada uno de ellos.
- Facilitar las herramientas necesarias para que los colaboradores de la institución se identifiquen con la misma, manejando autonomía para mejorar el clima laboral.
- Proponer la utilización de la agenda institucional, comprometiendo a una participación activa de todos los colaboradores y definida por medio de cronogramas de trabajo.

4.2 Comunicación externa:

- Proponer un “Departamento de Comunicación”, o en su ausencia definir las atribuciones dentro del cuerpo de colaboradores con la intención de atender tan importante línea de acción.
- Facilitar procesos de utilización de canales tecnológicos para efectos de comunicación externa, aprovechando los recursos gratuitos que puedan llegar a nuevos públicos contribuyendo con el fortalecimiento institucional.
- Proponer un manual de crisis, funcional que contenga los parámetros necesarios para prevenir, accionar y resolver las posibles crisis producidas en el ámbito de la comunicación.

4.3 Públicos

4.3.1 Público interno

El público interno está conformado por los colaboradores del área administrativa, operativa y los colaboradores temporales de campo

4.3.2 Público externo

El público externo lo conforman los donantes, practicantes universitarios del extranjero, voluntarios, investigadores de la arqueología guatemalteca, miembros de las comunidades aledañas a los sitios arqueológicos, museólogos, conservadores de arte y cicerones y promotores de turismo.

4.4 Propuesta

A continuación se presenta de manera detallada con los respectivos cuadros de Matriz de Coherencia, PCI y PCE, para efecto de graficar la síntesis de la propuesta frente al Diagnóstico de comunicación del Proyecto Arqueológico Cuenca el Mirador.

La propuesta consiste en 6 productos para atención a la comunicación interna y externa, empatados con los aspectos más relevantes identificados en el árbol de problemas. En las matrices de coherencia, se evidencia el objetivo de comunicación, tipo de mensaje, público al que se dirige el producto, resultados esperados, medios de difusión y presupuesto.

El plan de comunicación por producto, describe la audiencia a la que se necesita llegar, el objetivo de comunicación, los mensajes, los medios establecidos para la difusión, los canales o vías, el tiempo de monitoreo, y el costo.

La propuesta busca garantizar la efectividad de los productos por medio de las validaciones tanto técnicas como por productos propiamente, además, del cronograma, retroalimentación y monitoreo y evaluación.

4.5.1 Matriz de Coherencia

Comunicación interna							
Problema	Objetivo de comunicación	Producto	Tipo de mensaje	Público	Resultados esperados	Medio de difusión	Presupuesto
La estructura organizacional poco definida afecta la autonomía del colaborador	Empoderar a los colaboradores de la institución sobre sus puestos de trabajo generando sana independencia y efectividad laboral	Organigrama reestructurado y socializado con los colaboradores de la institución (26 copias)	Informativo	Colaboradores y voluntarios de la institución	Que los colaboradores estén bien informados sobre su espacio, llevando la información en líneas adecuadas para descargar un poco el congestionamiento de la co-dirección	Audio-visual e impreso	Q 10.00

Comunicación interna							
Problema	Objetivo de comunicación	Producto	Tipo de mensaje	Público	Resultados esperados	Medio de difusión	Presupuesto
La carencia de manuales de funciones afectan los procesos de contratación	Facilitar los procesos organizacionales por medio de la estandarización de perfiles contenido en el manual de funciones	Manual de funciones (3 copias)	Informativo	Personal administrativo	Estandarizar los perfiles de trabajo por medio del manual de funciones, a fin de facilitar los procesos de contratación, capacitación, ampliación o reestructura organizacional.	Manual escrito e impreso	Q30.00

Comunicación interna							
Problema	Objetivo de comunicación	Producto	Tipo de mensaje	Público	Resultados esperados	Medio de difusión	Presupuesto
La diferencia y traslape de horarios entorpece el flujo comunicacional	Elevar la fluidez comunicacional por medio de agenda de trabajo, y llevar el mensaje a todos los colaboradores en tiempos simultáneos	Agenda de trabajo, bajo reuniones establecidas una vez por semana, además de memos	Informativo	Todos los colaboradores del proyecto	Intercambiar alcances y logros entre todos los colaboradores, socializar las noticias más relevantes sobre la institución y llevar un control escrito sobre las reuniones pactadas por medio de memo firmado por todos, que sintetice los temas tratados en las reuniones	Reunión semanal y memo impreso	Q6.50

Comunicación externa

Problema	Objetivo de comunicación	Producto	Tipo de mensaje	Público	Resultados esperados	Medio de difusión	Presupuesto
Ausencia de un comunicador que atienda comunicación externa	Contar con el apoyo de un "Departamento de comunicación" y resuelva de manera efectiva las necesidades de esta línea de acción, además de manejar de forma adecuada el manual de crisis	Creación de un departamento de comunicación, o bien capacitación de un colaborador del área administrativa con capacidad comunicacional	Formativo	Directo: colaborador del área administrativa. Indirecto: Todos los públicos externos, en especial medios y entidades externas involucradas en temas de arqueología	Reducir la carga de la co-dirección delegado actividades comunicacionales a un encargado preparado para atender el área, facilitando información adecuada a tanto a públicos vinculados como nuevos públicos que busquen involucrarse	Capacitación	Q5000.00

Comunicación externa

Problema	Objetivo de comunicación	Producto	Tipo de mensaje	Público	Resultados esperados	Medio de difusión	Presupuesto
Falta de presencia en el ambiente tecnológico como como Facebook en redes sociales	Caminar a la vanguardia tecnológica, utilizando el perfil de Facebook explotando de manera adecuada el recursos disponible y utilizado por los públicos objetivos externos	Creación de página de Facebook	Informativo	Delegado de comunicación y públicos externos	Generar un vínculo entre los públicos externos y el Proyecto Cuenca el Mirador, haciendo presencia digital y llegar más fácilmente a éstos. De tal manera facilitará el fortalecimiento y el desarrollo institucional	Medios tecnológicos	Q 0.00

Comunicación externa

Problema	Objetivo de comunicación	Producto	Tipo de mensaje	Público	Resultados esperados	Medio de difusión	Presupuesto
Carencia de un manual de crisis que prevenga y mitigue las posibles crisis comunicacionales	Proponer un manual de crisis, funcional que contenga los parámetros necesarios para prevenir, accionar y resolver las posibles crisis producidas en el ámbito de la comunicación	Manual de crisis	Informativo	Directo: Encargado comunicación Indirecto: público en general	Preenir, accionar y mitigar las crisis comunicacionales a partir de una herramienta diseñada para cada caso	Impreso digital	Q 30.00

4.6 Plan de Comunicación

4.6.1. Comunicación interna

La estructura organizacional poco definida afecta la autonomía del colaborador						
Audiencia	Objetivo de comunicación	Mensajes	Medios	Canal	Tiempo	Costo
Colaboradores voluntarios, personal de nuevo ingreso	Bajo el principio de empoderamiento de los colaboradores de la institución sobre sus puestos de trabajo, puede generarse una sana independencia, además de permitir la efectividad laboral y autonomía	Permite el trabajo en equipo así como el desarrollo individual.	Presentación oficial en reunión semanal, Idealmente utilización de señalética dentro del laboratorio Reforzar la estructura por lo menos en 4 reuniones equivalente al primer mes y luego cuando se lleva a cabo una nueva incorporación de un colaborador	Reunión semanal, pizarra, marcadores, impresos en papel para entrega individual	Se calendariza reunión semanal, cada martes todos los colaboradores deberán presentarse a la hora oficial acordada	Q10.00

La carencia de manuales de funciones afectan los procesos de contratación

Audiencia	Objetivo de comunicación	Mensajes	Medios	Canal	Tiempo	Costo
Todos los colaboradores del área administrativa, voluntarios, personal de nuevo ingreso	El objetivo del manual de funciones es facilitar la información referente a los procesos organizacionales por medio de la estandarización de perfiles contenido en el manual de funciones, de modo que las nuevas incorporaciones así como, las bajas de personal, sean de fácil resolución.	Mantener a mano las funciones de todo el personal, orientar a los nuevos colaboradores de manera práctica, informando o sobre sus asignaciones, compromisos y obligaciones así como sus subalternos o jefes de mando	Socializado de manera individual según su perfil. Deberá mantenerse un manual de la co-dirección, otro con un delegado del área administrativa y otro con el encargado del área de comunicación.	Reuniones individuales con los colaboradores, se sugiere además una evaluación de alcances	La frecuencia con la que se recomienda atender este tema es bimestral o cuando alguno de los colaboradores lo requiera extra-oficialmente	Q 30.00

La diferencia y traslape de horarios entorpece el flujo comunicacional

Audiencia	Objetivo de comunicación	Mensajes	Medios	Canal	Tiempo	Costo
Participación activa de todos los colaboradores del área administrativa, personal de nuevo ingreso	Al llevar a cabo reuniones periódicas y agenda de trabajo, permite elevar la fluidez comunicacional y traslado del mensaje a todos los colaboradores en tiempos simultáneos así como el intercambio de alcances y metas y todo el material de impacto para la institución y por tanto fortalecer el desarrollo institucional	Socialización de temas trascendentes para la institución. Intercambio de alcances y metas a nivel general e individual. Despeja dudas suscitadas	Se realizaran reuniones semanales, se establece todos los martes a las 9:00 a.m.	Reunión dentro del laboratorio, pizarra, marcadores e impresos de memos post reunión, deberán firmar todos de enterados, así como la asistencia	Se recomienda evaluación del funcionamiento de la actividad en periodos semestrales,	Q 6.50

4.6.2 Comunicación externa

Ausencia de un comunicador que atienda comunicación externa						
Audiencia	Objetivo de comunicación	Mensajes	Medios	Canal	Tiempo	Costo
<p>Del público directo: la codirección y un colaborador del área administrativa.</p> <p>De los públicos indirectos:</p> <p>Involucra a todos los públicos externos, en especial medios y entidades externas involucradas en temas de arqueología</p>	<p>Al tener la participación y apoyo de departamento de comunicación, la atención al público externo se hace más efectiva y eficaz, hace saber a sus públicos que la institución está interesada en ellos y resuelve de manera efectiva las necesidades de esta línea de acción</p>	<p>Enfocado a públicos externos, atención a crisis comunicacionales tanto internas como externas, así como la orientación a los temas álgidos o sensibles y los temas adecuados para la difusión</p>	<p>Capacitación por medio de consultor externo, o bien contratación de un comunicador encargado del departamento de comunicación</p>	<p>Canales tecnológicos especialmente, consultor externo y uso de manual de crisis</p>	<p>Evaluación y monitoreo en periodos trimestrales</p>	<p>Q 5,000.00</p>

Falta de presencia en el ambiente tecnológico como Facebook en redes sociales.

Audiencia	Objetivo de comunicación	Mensajes	Medios	Canal	Tiempo	Costo
Delegado de comunicación y públicos externos interesados en el desarrollo del proyecto, investigados o posibles donantes	Al utilizar redes sociales u otras herramientas tecnológicas de manera adecuada se tiene mayor alcance de públicos tanto nacionales como extranjeros, donde puede valorarse el apoyo al desarrollo institucional	Brindar acompañamiento a quien desee involucrarse desde cualquier óptica a nuevos públicos, enfoque de servicio al consumidor en este caso del producto arqueológico	Los medios son propiamente digitales, debe publicarse capsulas pequeñas por lo menos una por día y generar información de fácil comprensión, evitando temas sensibles.	Desk top, internet	Frecuencia diaria	Q 0.00

Carencia de herramientas que faciliten los procesos de atención de crisis comunicacionales

Audiencia	Objetivo de comunicación	Mensajes	Medios	Canal	Tiempo	Costo
Encargado de comunicación o delegado de comunicación y otros públicos externos involucrados en factores de crisis	Proponer un manual de crisis, funcional que contenga los parámetros necesarios para prevenir, accionar y resolver las posibles crisis producidas en el ámbito de la comunicación	Fortalecimiento de la identidad corporativa. Mantenimiento de la buena reputación del proyecto	Socialización del manual de marca en formato digital. Manual impreso para encargado de comunicación o delegado y co-dirección	Distribución de manual de crisis impreso al departamento de comunicación y a la codirección	Debe evaluarse la funcionalidad y el diseño en ciclos anuales	Q 30.00

4.7 Productos de la estrategia de comunicación

Los productos que se presentan a continuación, son los elaborados para contribuir con la estrategia de comunicación interna y externa para el Proyecto Arqueológico Cuenca el Mirador:

4.7.1 Productos de comunicación interna:

- Socialización de organigrama reestructurado
- Manual de funciones
- Agenda semestral

4.7.2 Productos de comunicación externa:

- Creación Departamento de comunicación
- Perfil o página de Facebook
- Manual de crisis

Producto comunicación interna No. 1:

Socialización y reestructura organigrama

Problema:

La estructura organizacional poco definida afecta la autonomía del colaborador.

Objetivo de comunicación:

Empoderar a los colaboradores de la institución sobre sus puestos de trabajo generando sana independencia y efectividad laboral.

Actividades:

- Reestructurar organigrama
- Socializar durante las primeras 4 reuniones semanales el organigrama

Resultados esperados:

Que los colaboradores estén bien informados sobre su espacio, llevando la información en líneas adecuada para descargar un poco el congestionamiento de la Codirección.



Producto comunicación interna No. 2:

Manual de funciones

Problema:

La carencia de manuales de funciones afectan los procesos de contratación.

Objetivo de comunicación:

Facilitar los procesos organizacionales por medio de la estandarización de perfiles contenidos en el manual de funciones.

Actividades:

- Editar y diagramar manual
- Socializar y conservar copias impresas y digitales

Resultados esperados:

Estandarizar los perfiles de trabajo por medio del manual de funciones, a fin de facilitar los procesos de contratación, capacitación, ampliación o reestructura organizacional.

ÁREA ADMINISTRATIVA

MANUAL DE FUNCIONES

PROYECTO ARQUEOLÓGICO
CUENCA EL MIRADOR



PROYECTO CUENCA MIRADOR

El presente manual es para uso administrativo, establece los parámetros académicos y técnicos de los puestos de los colaboradores .

DIRECCIÓN

20 calle 8-23
Colonia Aurora II,
Ciudad de Guatemala

Producto comunicación interna No. 3:

Agenda semanal

Problema

La diferencia y traslape de horarios entorpece el flujo comunicacional.

Objetivo de comunicación

Elevar la fluidez comunicacional por medio de agenda de trabajo, y llevar el mensaje a todos los colaboradores en tiempos simultáneos.

Actividades

- Realizar reunión los días martes a las 8:00 a.m., deben participar todos independientemente de sus estructuras de horario.

Resultados esperados

Intercambiar alcances y logros entre todos los colaboradores, socializar las noticias más relevantes sobre la institución y llevar un control escrito sobre las reuniones pactadas por medio de memo firmado por todos, que sintetice los temas tratados en las reuniones.



Producto comunicación externa No. 1:

Creación departamento de comunicación

Problema

Ausencia de un departamento de comunicación que atienda comunicación en todas las vías.

Objetivo de comunicación

Contar con el apoyo de un departamento de comunicación que resuelva de manera efectiva las necesidades de esta línea de acción.

Actividades

- Estructurar el perfil, asignaciones y requerimientos para el departamento de comunicación
- Capacitar a un delegado del área administrativa o contratar un comunicador

Resultados esperados

Reducir la carga de la codirección delegando actividades comunicacionales a un encargado preparado para atender el área, facilitando información adecuada a tanto a públicos vinculados como nuevos públicos que busquen involucrarse

DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN

PROYECTO ARQUEOLÓGICO CUENCA EL MIRADOR

Perfil del comunicador:

Graduado en comunicación o estudiante del último año, experiencia en comunicación social u organizacional, habilidades de diseño, manejo de photo shop, illustrator o indesign, conocimientos de community manager, relación fluida con medios escritos, tv y radio.

Asignaciones:

- Monitoreo de medios
- Retroalimentación de archivo fotográfico
- Manejo de manual de crisis e imagen
- Realización de convocatorias mediáticas
- Diseño, edición y diagramación de comunicados
- Diseño de vallas y roll ups
- Dar seguimiento a las opiniones mediáticas
- Velar por procesos de comunicación interna como egagement y endomarketing
- Velar por el clima laboral y cultura organizacional
- Facilitar información para Dirección y Codirección
- Realizar labor de relaciones públicas
- Documentar trabajo de campo por medio de comunicados oficiales



PROYECTO CUENCA MIRADOR

DIRECCIÓN

20 calle 8-23
Colonia Aurora II,
Ciudad de Guatemala

Requerimientos:

Tener conocimientos del ámbito arqueológico y de la cultura guatemalteca, capacidad de negociación y cabildeo con alcaldías municipales, conocimiento fluido de ingles, manejo de equipo fotográfico y de grabación, disponibilidad de viajar al interior del país.

Producto comunicación externa No. 2:

Perfil o página de Facebook

Problema

Falta de presencia en el ambiente tecnológico como como Facebook en redes sociales.

Objetivo de comunicación

Caminar a la vanguardia tecnológica, utilizando el perfil de Facebook explotando de manera adecuada el recurso disponible y utilizado por los públicos objetivos externos.

Actividades

- Editar página o perfil de Facebook
- Subir una capsula informativa diaria
- Atender los públicos externo contestando las inquietudes de los mismos

Resultados esperados

Generar un vínculo entre los públicos externos y el Proyecto Cuenca el Mirador, haciendo presencia digital y llegar más fácilmente a éstos. De tal manera facilitará el fortalecimiento y el desarrollo institucional.



Producto comunicación externa No. 3:

Manual de crisis

Problema

Carencia de herramientas que faciliten los procesos de atención ante posibles crisis comunicacionales.

Objetivo de comunicación

Proponer un manual de crisis, funcional que contenga los parámetros necesarios para prevenir, accionar y resolver las posibles crisis producidas en el ámbito de la comunicación

Actividades:

- Diagramar y diseñar manual de crisis
- Enfocar las mitigaciones a las necesidades de la institución
- Actualizar anualmente

Resultados esperados

Mantener una limpia reputación institucional por medio de la atención a crisis comunicacionales en sus tres fases, prevención, acción y mitigación.

ÁREA ADMINISTRATIVA

MANUAL DE CRISIS

PROYECTO ARQUEOLÓGICO
CUENCA EL MIRADOR



PROYECTO CUENCA MIRADOR

El presente manual es para uso comunicación, expone los principios para atención a crisis comunicacionales.

DIRECCIÓN

20 calle 8-23
Colonia Aurora II,
Ciudad de Guatemala

4.8 Validaciones

4.8.1 Validación de productos

La validación de los productos es realizada a partir de la aceptación de los mismos, por parte de la Codirección del Proyecto Arqueológico Cuenca el Mirador (ver cartas en anexos).

4.8.2 Validación técnica

La validación técnica puede verificarse a través de las fuentes de verificación, compuestas por las cartas de aceptación tanto del diagnóstico como de la estrategia (ver anexos).

4.9 Cronograma de ejecución de la estrategia

Fecha Actividad	Ago. 1	Ago. 2	Ago. 3	Ago. 4	Sep. 1	Sep. 2	Sep. 3	Sep. 4	Oct. 1	Oct. 2	Oct. 3	Oct. 4
Presentación de cotejo de propuestas a la institución												
Análisis de resultados obtenidos en diagnóstico												
Justificación y objetivos												
Propuesta, matriz de coherencia y PCI / PCE												
Procesos de validaciones												
Monitoreo y evaluación												
Implementación y retroalimentación												
Entrega de consolidación de informe para correcciones												
Entrega de informe a terna												
Examen Privado												

4.10 Monitoreo y evaluación

La propuesta debe ser sometida al monitoreo y evaluación pues los productos requieren de seguimiento y actualización de acuerdo a la evolución comunicacional del Proyecto Cuenca el Mirador.

Producto comunicación interna No. 1:
Socialización y reestructura organigrama

Responsable: **Codirector / Delegado administrativo**

Indicador: **cuantitativo pues involucra la cantidad diagramas entregados a los colaboradores**

Fuente de Verificación: **listado de asistencia de reunión semanal con tema a tratar sobre la organización**

Producto comunicación interna No. 2:
Manual de funciones

Responsable: **Codirector / Delegado administrativo / delegado de comunicación**

Indicador: **cuantitativo, debe distribuirse a todos los colaboradores**

Fuente de Verificación: **Manual de funciones digital e impresos**

Producto comunicación interna No. 3:
Agenda semanal

Responsable: **Delegado administrativo**

Indicador: **cuantitativo, se intercambia avances y logros de cada uno de los colaboradores y de la institución**

Fuente de Verificación: **listado de asistencia de reunión semanal**

Producto comunicación externa No. 1:

Departamento de comunicación

Responsable: **Delegado de comunicación / Codirección**

Indicador: **cualitativo, debe manejarse habilidad comunicacional especialmente comunicación en crisis**

Fuente de Verificación: **Asistencia a capacitaciones en referencia comunicacional**

Producto comunicación externa No. 2:

Perfil o página de Facebook

Responsable: **Delegado de comunicación o administrativo**

Indicador: **cualitativo, el enfoque es de formación y atención a la comunicación externa.**

Fuente de Verificación: **página de Facebook y movimiento de la misma**

Producto comunicación externa No. 3:

Manual de crisis

Responsable: **Delegado de comunicación y Codirección**

Indicador: **cuantitativo y cualitativo pues se requiere que todos los colaboradores manejen sus acciones laborales en base al manual**

Fuente de Verificación: **Manual de crisis impreso y digital**

4.11 Fortalecimiento institucional

La ejecución de los productos genera una buena base para el fortalecimiento institucional, pues obedece a una estrategia global de la institución, mejorando aspectos tanto organizacionales como por ejemplo el clima laboral, hasta actividades propias del desarrollo de comunicación externa. Los manuales aportan el fácil acceso a la información de tipo identidad, que, también favorece el desarrollo institucional desde una óptica particular de comunicación organizacional.

4.12 Retroalimentación

Los procesos de retroalimentación sugieren monitoreo y evaluación en ciclos periódicos a fin de actualizar la metodología de los productos en el caso sea necesario, corregir cualquier referente no operativo y mantener el seguimiento tanto del estado del flujo comunicativo como de la utilización de los productos.

4.13 Implementación

Los productos del plan de comunicación interna y externa, obedecen a la gestión de flujos comunicacionales adecuados para el Proyecto Arqueológico Cuenca el Mirador, de acuerdo a la Codirección algunos serán implementados de inmediato y otros tomarán un proceso de espera pues dependen de presupuestos financieros entre otros factores externos.

A partir de la planificación se obtuvo una línea base de diagnóstico que permitió identificar los procesos por mejorar dentro de la institución, en cuanto al desarrollo se realiza por medio de los productos propuestos.

El proceso de diseño se fundamenta en el punto creativo de la institución y se diagrama en base a lo que los diseñadores del Proyecto ya han elaborado, solamente se estandarizan algunos criterios de diseño.

La validación de los productos es realizada por la Codirección quien es la unidad a cargo sobre la toma de decisiones en este proceso. Para efectos de aplicación, se requiere de la apertura de todos los colaboradores de la institución

CAPÍTULO V

5. Resultados

5.1. Resultados a futuro

Los resultados esperados apelan por el inicio de toda una organización estructurada en materia comunicacional. Los productos serán los gestores de los resultados a continuación.

5.1.1 Resultados futuros de comunicación interna

- Que los colabora-dores estén bien informados sobre su espacio, llevando la información en líneas adecuada para descargar un poco el congestionamiento de la Codirección.
- Estandarizar los perfiles de trabajo por medio del manual de funciones, a fin de facilitar los procesos de contratación, capacitación, ampliación o reestructura organizacional.
- Intercambiar alcances y logros entre todos los colabora-dores, socializar las noticias más relevantes sobre la institución y llevar un control escrito sobre las reuniones pactadas por medio de memo firmado por todos, que sintetice los temas tratados en las reuniones.

5.1.2 Resultados de futuros de comunicación externa

- Reducir la carga de la Codirección delegando actividades comunicacionales a un encargado preparado para atender el área, facilitando información adecuada a tanto a públicos vinculados como nuevos públicos que busquen involucrarse
- Generar un vínculo entre los públicos externos y el Proyecto Cuenca el Mirador, haciendo presencia digital y llegar más fácilmente a éstos. De tal manera facilitará el fortalecimiento y el desarrollo institucional
- Mantener la buena reputación y el nombre de la institución así como la labor que realiza, por medio de atenciones a las crisis comunicaciones en sus tres fases, periodo previo con prevención, durante con la acción y posterior con la mitigación.

Conclusiones

- El diagnóstico del Proyecto Arqueológico Cuenca el Mirador, evidencia factores tanto positivos como negativos de la comunicación interna.
- La comunicación interna de la institución se genera en sentido horizontal, transversal y en algunos casos circular y vertical.
- La comunicación externa debe fortalecerse por medio de un delegado de la comunicación o bien por acciones realizadas de manera puntual y adecuada por el equipo actual de trabajo.
- Entre las prioridades comunicacionales se determinan la reestructura del organigrama y la socialización del mismo, y la autonomía de algunos perfiles de colaboradores.
- El Proyecto el Mirador maneja investigación científica, actualmente carece de modelos de difusión sobre tal investigación.
- La estrategia sugiere productos adecuados para facilitar el flujo de la comunicación
- Los productos favorecen la identidad institucional por medio de la difusión de la estructura organizacional
- Los planes de comunicación interna y externa establecen las vías de ejecución más adecuadas para las necesidades de la institución

Recomendaciones

- Se sugiere al Proyecto Cuenca el Mirador considerar la opción de un comunicador que integre tanto la comunicación interna como externa, así como de un asistente para la codirección.
- Se propone además, considerar la colocación de señalética, una vez reestructurado el organigrama pues aportará identificación sobre su perfil de puesto, a cada uno de los colaboradores.
- Se recomienda considerar la posibilidad de utilizar redes sociales así como subir su propia página web, con el propósito de mantener mayor contacto con sus públicos meta.
- Se recomienda poner en práctica aquellos lineamientos sugeridos en la fase de estrategia para potencializar los recursos con los que ya cuentan y generar aquellos de los que se carecen.
- Es importante darle continuidad a los planes de comunicación interna y externa para poder lograr los objetivos deseados y velar por el desarrollo institucional.
- Se recomienda que el monitoreo y evaluación apelen por óptimo desarrollo de los productos, pues de acuerdo a la mecánica de la institución será necesario el replanteamiento o actualización de los productos
- Se sugiere implementar modelos comunicaciones a fin de integralizar la estrategia global de la institución

Bibliografías

- Hernández Sampieri, Roberto / Fernández Collado, Carlos / Baptista Lucio, Pilar "Metodología de la investigación", México: McGraw-Hill Interamericana (2010), 5ta. Edición
- Piloña Ortiz, Gabriel Alfredo, "Guía Práctica sobre Métodos y Técnicas de Investigación Documental y de Campo". Guatemala, Editores Autores (2008).
- Capriotti Peri, Paul "Planificación estratégica de la imagen corporativa, Barcelona, España, Editorial Ariel (1999)
- Capriotti Peri, Paul "Branding Corporativo, Fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa", Santiago Chile, Andros Impresores, (2009)
- Prieto Castillo, Daniel, "La Comunicación en la educación", Argentina, Ediciones Ciccus La Crujía, (1999)
- Piñuel Raigada, José. "Teoría de la comunicación y gestión de las organizaciones". Madrid. Editorial Síntesis (1997)
- De León, Patricia "Funciones de la Comunicación, Investigación del Programa de Cooperación Internacional en Guatemala, (2013)
- Costa, Joan "Identidad Corporativa", 1992 editorial Trillas.Price Vincent
- La opinión pública, la espera pública y comunicación 'Editorial Paidós Ibérica (1992)
- Eco, Humberto "Cómo se hace una tesis". Editorial Gedisa. Barcelona. Primera edición: 2001. Primera reimpresión: 2002. Segunda reimpresión: 2002.
- Entrevistas a la codirección y todos los colaboradores del Proyecto Arqueológico Cuenca el Mirador
- Millán Tapia, Mayra Teresa "Modelos y teorías de la comunicación" Bloque básico, Compiladora, Universidad de Londres, Licenciatura en Diseño Gráfico.

e-grafías

- http://descargas.pntic.mec.es/cedec/mat3/contenidos/u11/M3_U11_contenidos/11_poblacin_y_muestra.html
- <http://definicion.de/metodologia/>
- <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011a/895/Diagnostico%20de%20Comunicacion.htm>
- <https://prezi.com/uezcm6dcp01t/bases-psicologicas-y-sociologicas-de-la-interaccion-y-la-com/>
- http://www.mundo-digital.info/about_evelio2013/articulos/Shannon.pdf
- https://www.ucm.es/data/cont/docs/268-2013-06-17-Pinuel_ComunicacionOjeto_Campo_Disciplina_Contratexto_2009.pdf
- <http://loquemepidiomiprofesora.blogspot.com/2013/03/modelo-de-comunicacion-de-harold-laswell.html>
- http://ocw.uc3m.es/periodismo/teoria-de-la-comunicacion-mediatica/TCM_CAPITULOS/TCM_Hipodermica.pdf
- http://caterina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/cruz_b_dp/capitulo2.pdf
- <http://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/viewFile/7133/6817>
- <http://psicologia.costasur.com/es/tipos-de-comunicacion-en-la-organizacion.html>
- <http://www.definicionabc.com/comunicacion/imagen-corporativa.php>
- <http://www.definicionabc.com/negocios/identidadcorporativa.php>

ANEXOS



Guatemala, mayo 26 de 2016

Mtro. Gustavo Morán
Director Depto. Estudios de Postgrado
Universidad de San Carlos de Guatemala

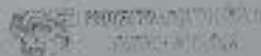
De conformidad con su nota Of. Postgrado 255-2016, notifico que el Proyecto Cuenca el Mirador avala la aceptación para realización de práctica de estudios de postgrado de la Licda. Ana Olivia Castañeda Arroyo.

Me es grato suscribirme, envío un cordial saludo.

Atentamente,

Lic. Edgar Suyuc
Codirector

Proyecto Arqueológico Cuenca el Mirador





Guatemala, julio 22 de 2016

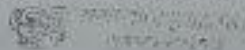
Mtro. Gustavo Morán
Director Depto. Estudios de Postgrado
Universidad de San Carlos de Guatemala

Por este medio me es grato notificarle que he tenido a bien el documento finalizado de diagnóstico de la Licda. Ana Olivia Castañeda Arroyo, por lo que nuestra institución está complacida y en espera de la estrategia.

Por tal razón otorgo el respectivo visto bueno para la primera fase. Enviando un cordial saludo, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Edgar Suyuc
Codirector
Proyecto Arqueológico Cuenca el Mirador





Guatemala, septiembre 16 de 2016


Mtro. Gustavo Morán
Director Depto. Estudios de Postgrado
Universidad de San Carlos de Guatemala

Por este medio me es grato notificarle que he recibido y revisado los productos de la etapa de estrategia, nuestra institución queda en espera de procesos para dicha implementación.

Por tal razón otorgo la presente validación de los 6 productos obtenidos en la estrategia de comunicación.

Enviando un cordial saludo, me suscribo de usted.

Atentamente,


Lic. Edgar Suyuc
Codirector

Proyecto Arqueológico Cuenca el Mirador

INSTITUTO GUATEMALTECO DE INVESTIGACIONES Y RESTAURACIONES ARQUEOLÓGICAS

MANUAL DE FUNCIONES

PROYECTO ARQUEOLÓGICO
CUENCA EL MIRADOR



PROYECTO CUENCA MIRADOR

El presente manual es para uso administrativo, establece los parámetros académicos y técnicos de los puestos de los colaboradores .

DIRECCIÓN

20 calle 8-23
Colonia Aurora II,
Ciudad de Guatemala

Introducción:

El presente documento contiene las funciones por puesto de cada uno de los colaboradores del Proyecto Cuenca el Mirador, obtenido a partir de los estudios de diagnóstico y plasmado como uno de los productos para la práctica de Maestría en Comunicación Organizacional.

El contenido del presente manual no constituye una regla cerrada sobre las atribuciones de cada colaborador, sino es una herramienta que facilita la rotación, promoción o cambios de personal de acuerdo a capacidades de los mismos, así como las necesidades que favorezcan al desarrollo institucional.

Datos generales:

Ubicación geográfica:

La sede central se ubica en la 20 calle 8-23 Colonia Aurora II, Ciudad de Guatemala, cuenta con una bodega en Santa Elena, Petén y otra en la aldea Carmelita, municipio de San Andrés en Petén y un campamento provisional en el sitio arqueológico el Mirador.

Naturaleza de la organización:

El Proyecto Cuenca el Mirador es una institución no lucrativa dedicada a la gestión de proyectos de investigación cuyo producto final es información científico - social en materia arqueológica expresamente del sitio arqueológico el Mirador.

Líneas estratégicas:

Visión:

Proteger permanentemente tanto arqueológica como ecológicamente la zona Cuenca Mirador, llevando al mismo tiempo una bonanza económica por medio del desarrollo del ecoturismo.

Misión:

Investigar, preservar y rescatar el patrimonio arqueológico y natural de la Cuenca el Mirador, así como promover el desarrollo del ecoturismo en la zona.

Políticas:

Información no disponible

Objetivos:

- *Hacer del sitio un destino prioritario para Guatemala después de Tikal.*
- *Incrementar la protección del bosque tropical de la Reserva de la Biosfera Maya.*
- *Impulsar la protección del patrimonio arqueológico.*

Metas:

Información no disponible (Información generada por el Proyecto Cuenca el Mirador)

Principales actividades de la organización:

La información investigativa gestionada por el Proyecto Cuenca el Mirador es de carácter multidisciplinaria, regional y de conservación, éstas incluyen actividades de dibujo artístico, técnico y digital, excavaciones, conservación y restauración de material arqueológico, documentación y difusión del mismo, entre otros procesos propios de la arqueología.

Actores:

Entre los actores internos se enumera al Director, Codirector, responsables de las áreas de Conservación, Investigación y Administración, puestos medios profesionales y puestos técnicos, puestos operativos en taller, investigación de campo, guarda recursos y puestos administrativos en contabilidad y logística, y puestos operativos temporales.

Entre los actores externos se cuenta con el apoyo de Fundación Fares (U.S.A.) y Fundación Fares Guatemala así como el Instituto de Antropología e Historia IDAEH, la Universidad de San Carlos de Guatemala USAC, y el Concejo Nacional de Áreas Protegidas CONAP.

Organigrama:



Perfil de los puestos:

A continuación se detallan los perfiles de los puestos regulares de las oficinas centrales y el listado de los puestos operativos temporales

Nombre del puesto: encargada del taller de conservación y restauración

Área: Taller de conservación bienes muebles

Perfil: conocimientos sólidos en restauración, conocimientos de la legislación del patrimonio conocimientos de la industrias prehispánicas (lítica, malacológica, restos óseos, estucos, cerámica), conocimientos de química, técnico o licenciatura en restauración, conocimientos arqueológicos

Asignaciones:

Consolidar bienes culturales recuperados por el proyecto

Restauración y conservación de los bienes

Realización de informes, artículos y simposios de modo de contribuir con la difusión

Supervisar las acciones en el taller de conservación

Superior inmediato:

Director y Codirector

Nombre del puesto: Arqueólogo conservador

Área: conservación

Perfil: conocimientos de tramites administrativos, graduado de arqueología por el grado de compromiso, conocimientos en conservación y restauración, conocimientos de la legislación del patrimonio cultural.

Asignaciones:

Recepción de bienes culturales recuperados en temporadas de campo

Trámites para la entrega de material arqueológico al Instituto de Antropología e Historia IDAEH y el Museo Nacional de Antropología e Historia MUNAE.

Fases de registro y documentación de los bienes culturales previo a la entrega.

Trabajo en conjunto con el resto de colaboradores por medio de la información sobre las piezas.

Manejo de base de datos de las piezas de dibujo, fotografía, análisis y resto de materiales arqueológicos,

En campo, coencargado de la dirección de la unidad de conservación y restauración de monumentos prehispánicos

Facilitador de bienes culturales para restauración y conservación.

Supervisor inmediato: Director, Codirector y Técnico restaurador

Nombre del puesto: Técnico restaurador de monumento

Área: Campo- Unidad de conservación y restauración

Perfil: conocimientos en restauración conservación en monumentos y arquitectura prehispánica, conocimiento expreso en materiales y mezclas hechas a base de cal, conocimientos de la legislación del patrimonio cultural, arqueólogo, manejo de personal operativo de campo

Asignaciones:

Consolidación de monumentos

Conservación y restauración de monumentos implica arquitectura y arte asociados

Dirección del grupo de colaboradores de campo

Chequeo de materiales a utilizarse

Superior inmediato:

Codirector y director

Nombre del puesto: Responsable de Materiales Arqueológicos

Perfil: conocimientos de materiales arqueológicos, estudiante de los últimos años de arqueología. Responsable y consiente del patrimonio cultural arqueológico.

Área: pendiente

Asignaciones:

Recepción de materiales de fragmentos arqueológicos de cerámica y lítica

Revisión de dichos materiales en cuanto a marcas, etiquetas,

Eventualmente lavado de los fragmentos ante el pre análisis

Llevar el inventario de cada operación

Trabajo de embalaje en campo y laboratorio

Elaboración de informes

Superior inmediato:

Codirector

Nombre del puesto: arqueólogo investigador epigrafista

Perfil: conocimientos de la metodología de la excavación en campo, experiencia en el trabajo de materiales de cerámica precolombina, arqueólogo y sólida experiencia en epigrafía

Área:

Investigación

Asignaciones:

Excavación de estructuras

Elaboración de réplicas para entrega a patrocinadores como suvenires

Análisis de materiales y artefactos arqueológicos propias y de otros colaboradores

Realización de trabajos de epigrafía

Elaboración de informes

Elaboración de artículos para la exposición de simposios nacionales y extranjeros

Superior inmediato:

Codirector

Nombre del puesto: Arqueólogo Excavador

Área: Investigación

Perfil: Arqueólogo graduado, experiencia en trabajo de campo, elaboración de informes, así como documentación de material arqueológico

Asignaciones:

Excavación de estructuras

Análisis de los materiales arqueológicos

Documentación de la excavación

Elaboración de informes

Superior inmediato:

Codirector

Nombre del puesto: Arqueólogo Excavador

Área: Investigación

Perfil: Arqueólogo graduado, experiencia en trabajo de campo, elaboración de informes, así como documentación de material arqueológico

Asignaciones:

Excavación de estructuras

Análisis de los materiales arqueológicos

Documentación de la excavación

Elaboración de informes

Superior inmediato:

Codirector

Nombre del puesto: Técnico Arqueólogo Excavador

Área: Investigación

Perfil: estudiante de arqueología o técnico en arqueología, experiencia en trabajo de campo, elaboración de informes, así como documentación de material arqueológico

Asignaciones:

Asiste en la excavación de estructuras

Asiste en análisis de los materiales arqueológicos

Documentación de la excavación

Elaboración de informes

Superior inmediato:

Codirector

Responsable de Investigación

Nombre del puesto: Técnico Arqueólogo Excavador

Área: Investigación

Perfil: estudiante de arqueología o técnico en arqueología, experiencia en trabajo de campo, elaboración de informes, así como documentación de material arqueológico

Asignaciones:

Asiste en la excavación de estructuras

Asiste en análisis de los materiales arqueológicos

Documentación de la excavación

Elaboración de informes

Superior inmediato:

Codirector

Responsable de Investigación

Nombre del puesto: Técnico Arqueólogo Excavador

Área: Investigación

Perfil: estudiante de arqueología o técnico en arqueología, experiencia en trabajo de campo, elaboración de informes, así como documentación de material arqueológico

Asignaciones:

Asiste en la excavación de estructuras

Asiste en análisis de los materiales arqueológicos

Documentación de la excavación

Elaboración de informes

Superior inmediato:

Codirector

Responsable de Investigación

Nombre del puesto: Responsable de dibujo

Área: Dibujo

Perfil: conocimientos de topografía, dibujo artístico en campo y laboratorio, enfocado a dibujo de materiales arqueológicos (malacología, huesos, lítica, cerámica), experiencia en dibujo técnico sobre el dibujo artístico, conocimientos de herramientas de dibujo topográfico.

Asignaciones:

Realización de dibujo artístico de campo

Dirección la unidad de dibujo

Asería de personal en trabajo de campo

Apoyo en los programas de dibujo en la USAC y CUDEP

Asesoría en el levantado de datos de cerámica (talleres)

Levantado de datos para campo

Levantado de datos para laboratorio

Charlas a ONG

Diseños para publicidad

El equipo de dibujo trabaja áreas específicas (montículos)

Superior inmediato:

Codirector

Nombre del puesto: Técnico en dibujo

Área: Dibujo

Perfil: Especialista en dibujo, técnico en Arte o diseñador gráfico, conocimientos básicos o medios de arqueología, y epigrafía. Manejo de discrecionalidad y confidencialidad.

Asignaciones:

Dibujo en laboratorio de piezas arqueológicas
Digitalización de dibujos de la mayor parte del equipo del área del área arqueológica.
Dibujo y digitalización de excavaciones de campo.

Control de archivo de dibujo digital

Diseño de portadas

Edición de informes

Y otras acorde a la naturaleza

Rescate y recopilación de datos de dibujo

Elaboración de informes

Superior inmediato:

Codirector

Responsable de unidad de dibujo

Nombre del puesto: Dibujante y Arqueólogo

Área: Dibujo arqueología

Perfil: conocimientos de dibujo técnico, artístico y gráfico, arqueólogo o pensum cerrado.

Asignaciones:

Investigación arqueológica de campo de estructura

Excavación de sitio

Registro gráfico y documental

Dibujo y traficación de las áreas excavadas

Documentación de material arqueológico

Trabajo de gabinete

Elaboración de los dibujos digital y artística

Elaboración de informes técnicos y preliminares

Colaborar con los materiales del laboratorio en graficación para el IDAEH, artefacto y materiales arqueológicos

Superior inmediato:

Director y codirector

Nombre del puesto: Técnico de mapeo y geólogo

Área: Investigación

Perfil: Experiencia en manejo de herramientas para geología, conocimientos sólidos de arqueología y sus estructuras arquitectónicas, experiencia en levantamiento de datos.

Asignaciones:

Levantamiento de datos de las estructuras piramidales

Análisis de los materiales arqueológicos

Documentación de la excavación

Elaboración de informes

Superior inmediato:

Codirector

Nombre del puesto: Contador

Área: Administrativa

Perfil: Perito contador con experiencia en el área contable y tramites de contrataciones de personal

Asignaciones:

Hacer pagos de planilla

Logística de correspondencia a dependencias de estados

Pago proveedores

Pago de servicios

Completar consolidar expedientes para contrataciones

Envío de expedientes a la unidad correspondiente

Todas las demás de la misma naturaleza

Superior inmediato:

Codirector

Nombre del puesto: Técnico de Logística

Área: logística

Perfil: Educación media, experiencia en logística y transporte, conocimientos de arqueología y archivo, sentido de discrecionalidad.

Asignaciones:

Logística en ciudad (transporte de piezas

Encargado de material óseo (animales encontrados en campo) Llevar archivo de piezas, retroalimentación.

Asiste en todas las actividades de mecánica, mensajería, electricidad y otras de la logística y mantenimiento

Superior inmediato:

Encargado de logística

Nombre del puesto: Jefe de campamentos, logística e infraestructura

Área: logística

Perfil: conocimientos en construcción, calculo y manejo de personal, experiencia solida de cálculo de víveres y logística en general.

Asignaciones:

Velar por los campamentos

Coordinar entrada y salida de insumos para logística tanto en Sta. Elena como en capital y en el Mirador

Revisar la infraestructura existente

Darle mantenimiento a la misma

Implementado más infraestructura de servicio para comodidad del resto de colaboradores

Coordinación de actividades pro beneficio de la comunidad

Apoyo en responsabilidad social a la comunidad de Carmelita (última zona de acceso previo a los sitios) por ejemplo mejoras en materia de agua y otros

Impresión de mapas y planos constructivos

Escaneo de imágenes

Superior inmediato:

Codirector

Nombre del puesto: Encargado de servicios

Área: Administrativa

Perfil: experiencia en servicios de limpieza

Asignaciones:

Mantener limpias las áreas de trabajo

Superior inmediato:

Codirector

Responsable administrativo

Para los puestos temporales de campo se realizan contrataciones de:

10. Médico especialista en afecciones tropicales
11. Contador con experiencia en pago de planillas
12. Fotógrafo con experiencia en edición y conocimientos de arqueología
13. Bodeguero con experiencia en vigilancia, guardianía y campamento
14. Mecánico con disponibilidad de viajar
15. Cocinera de campo I
16. Cocinera de campo II
17. Encargada de lavandería de campo I
18. Encargada de lavandería de campo II

Adicionalmente el proyecto ejecuta una contratación de un promedio de 200 excavadores en temporadas específicas de excavación según la estructura o pirámide a investigar. Para este efecto el perfil de éste personal operativo es residir en el área, tener conocimientos básicos de arqueología pueden ser albañiles u obreros de la misma mecánica de trabajo, así como la contratación de 2 a 3 cocineras adicionales por temporada.

El presente manual es uno de los productos diseñados para mejorar el funcionamiento comunicacional, realizado por Ana Olivia Castañeda Arroyo, como parte del proceso de graduación de la Maestría en Comunicación Organizacional de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala

MANUAL DE ATENCIÓN A CRISIS DE COMUNICACIÓN

PROYECTO ARQUEOLÓGICO
CUENCA EL MIRADOR



PROYECTO CUENCA MIRADOR

*El presente manual es una herramienta de apoyo para prevención,
acción y mitigación de crisis comunicacionales.*

Responsables del manual de crisis:

- Departamento de comunicación
- Delegado de comunicación
- Apoyo a la Dirección y Codirección

Responsable de generar comunicación:

- Delegado de comunicación y Codirección.

DIRECCIÓN

20 calle 8-23
Colonia Aurora II,
Ciudad de Guatemala

Nota introductoria

El presente manual contiene planteamientos direccionales a fin de prevenir y resolver crisis comunicacionales de acuerdo a las necesidades del Proyecto Arqueológico Cuenca el Mirador, en sus tres fases prevención, acción y mitigación. Este manual es una herramienta para el departamento de comunicación a fin de auxiliar al delegado de Relaciones Públicas o Codirección para efectos de entrevistas y presentaciones de orden público.

Objetivos:

General:

Facilitar un manual de protocolos en forma sencilla, para atención y prevención de posibles crisis dentro de la institución.

Específicos:

- Generar los posibles panoramas previos ante una posible crisis, a fin de que pueda mitigarse o impedirse.
- Establecer las líneas de acción que obedezcan a la atención de una crisis durante su desarrollo.
- Proporcionar herramientas fáciles que, todo el personal involucrado en la atención a éstas puede manejar, a efectos de mantener una buena reputación aún después de una crisis suscitada.

Justificación:

La creación del presente manual obedece a la necesidad de atención de posibles crisis, en su mayoría de orden comunicacional. Ya que por la naturaleza de la institución y en su búsqueda de nuevas aperturas de proyectos, es menester contar con las herramientas adecuadas a posibles crisis tanto en el estado de prevención como de finalización de la misma.

El presente manual persigue colaborar de forma práctica proponiendo los protocolos a seguir de acuerdo a las posibles crisis de diferentes áreas. Sin embargo cada crisis tendrá su propia dimensión de acuerdo al momento, atención del personal y condiciones individuales en que se presente cada una de ellas.

Es importante, que el delegado de comunicación se involucre de manera directa, así como todo el personal bajo la línea de colaboración sean participantes de la identidad institucional y por tanto la prevención de ruidos comunicacionales.

Proyecto Arqueológico Cuenca el Mirador

El Proyecto Cuenca el Mirador es una institución no lucrativa dedicada a la gestión de proyectos de investigación cuyo producto final es información científico - social en materia arqueológica expresamente del sitio arqueológico el Mirador.

La información investigativa gestionada por el Proyecto Cuenca el Mirador es de carácter multidisciplinaria, regional y de conservación, éstas incluyen actividades de dibujo artístico, técnico y digital, excavaciones, conservación y restauración de material arqueológico, documentación y difusión del mismo, entre otros procesos propios de la arqueología.

Definición de crisis:

- *La propia definición de crisis que da la Real Academia de la Lengua Española, nos confirma lo dicho más arriba: en ningún momento nos indica que una crisis deba ser entendida siempre como algo negativo, más bien, hace referencia a un proceso de cambio, y eso no significa que las consecuencias tengan que ser, en todo momento, peyorativas (Crisis (del lat. Crisis y este del gr. Crino) f. Mutación considerable que acaece en una enfermedad, ya sea para mejorarse, ya para agravarse el enfermo. 2. Mutación importante en el desarrollo de otros procesos, ya de orden físico, ya histórico o espiritual. 3. Situación de un asunto o proceso cuando está en duda la continuación, modificación o cese. 4. Por ext., momento decisivo de un negocio grave y de consecuencias importantes. 5. Juicio que se hace de una cosa después de haberla examinado cuidadosamente. 6. Escasez, carestía. 7. Por ext., situación dificultosa o complicada. (RAE,1990:397)*
- *“La noción de crisis responde a un cambio repentino entre dos situaciones, cambio que pone en peligro la imagen y el equilibrio natural de una organización porque entre las dos situaciones (la situación anterior y la situación posterior a la crisis) se produce un acontecimiento súbito (inesperado o extraordinario) frente al cual una organización tiene que reaccionar comprometiendo su imagen y su equilibrio interno (como organización) y externo (como institución) ante sus públicos.” Piñuel (1997: 167)*

Las anteriores referencias son planteadas de acuerdo a la tesis doctoral de UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA, Facultat Ciències de la Comunicació, Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat. Estudio de caso: LA CRISIS DE FONTANEDA Autora Ana Ma. Enrique Jiménez.

Tipo de crisis:

- Crisis comunicacionales por conflictos laborales
 1. Reestructuraciones de planilla
 2. Manejo de presupuesto
- Atentados o intervenciones poblacionales
 1. Manifestaciones
- Solicitudes mediáticas:
 1. Acuse de ejecuciones de excavaciones
 2. Acuse de avance financiero dudoso
- Accidentes del personal en instalaciones
 1. Ocasionados por aglomeración
 2. Ocasionados por fallo humano

Características:

No.	Tipo de crisis	Características
1	<ul style="list-style-type: none"> • Conflictos laborales 	
	Reestructuraciones de planilla	De orden administrativo
	Manejo de presupuesto	De orden administrativo financiero, por rubros no priorizados o planificaciones poco funcionales
2	<ul style="list-style-type: none"> • Atentados o intervenciones poblacionales 	
	Manifestaciones	Presencia de masas provocadas por descontentos en su comunidad o sector, o generan solitud de atención a su comunidad si aún no ha sido atendida puede ocasionarse en trabajo de campo

3	<ul style="list-style-type: none"> Solicitudes mediáticas: 	
	Acuse de ejecuciones de excavaciones de campo con algún tipo de riesgo	De naturaleza comunicacional, usualmente solicitan información medios escritos.
4	<ul style="list-style-type: none"> Accidentes del personal en instalaciones 	
	Ocasionados por aglomeración	De carácter clínico - humano, suscitado por algún tipo de auxilio, más propenso a ocasionarse en campo
	Ocasionados por fallo humano	De carácter físico – humano, causado por manejo inadecuado de herramientas punzo - cortantes, pesadas u otras que puedan generar laceración o golpe

Etapas de una crisis:

No.	Tipo de crisis	Antes	Durante	Después
1	<ul style="list-style-type: none"> Conflictos laborales 			
	Reestructuraciones de planilla	La fase previa puede anunciarse por fuga de información	La crisis es severa genera desorden y descontento entre los colaboradores	Deja malestar entre los trabajadores no afectados
	Manejo de presupuesto	Puede anunciarse por fuga de información o por falta de fondos para pagos	La gestión a tiempo dependerá de factores externos como por ejemplo los	La institución puede llegar hasta declinar o reducir su planificación presupuestaria

		fundamentales	donantes	a futuro
2	<ul style="list-style-type: none"> Atentados o intervenciones poblacionales 			
	Manifestaciones	Pudo haber asentado un mal precedente por lo que pueden ser evitadas	Las aglomeraciones se presentan, idealmente se les debe dar respuesta y negociar con la comunidad	Habrá que darle seguimiento a lo ofrecido y evitar nuevas intervenciones
3	<ul style="list-style-type: none"> Solicitudes mediáticas: 			
	Acuse de ejecuciones de excavaciones de campo con algún tipo de riesgo	Puede evitarse si existe si está fundamentado el estudio	Usualmente son procesos que por su magnitud pueden resolverse de forma inmediata	Monitorizar el proceso con especial cuidado y mantener una ficha de avances de ejecución
4	<ul style="list-style-type: none"> Accidentes del personal en instalaciones 			
	Ocasionados por aglomeración	Puede evitarse, y salvaguardar, enviando a su casa o lugar seguro al colaborador o visitante una vez visualizada aglomeración	En caso se presente sin aviso o señal alguna, mantener la calma y permanecer dentro de las instalaciones sin sobresaltarse	Posterior a la crisis será recomendable guardar siempre precaución al momento de salir de las instalaciones

	Ocasionados por fallo humano	Pueden evitarse capacitando a los operadores en el uso correcto de cualquier herramienta	En caso se presente es aconsejable contar con un botiquín de primeros auxilios o personal capacitado en el área	Pasada la crisis, velar para que no se repita o eliminar el factor causante
--	------------------------------	--	---	---

Escenarios de una crisis:

No.	Tipo de crisis	Escenario leve	Escenario extremo
1	<ul style="list-style-type: none"> Conflictos laborales 		
	Reestructuraciones de planilla	El escenario es leve cuando la reestructuración no es altamente numérica, que en todo caso, se sugiere que el proceso se dé paulatino para evitar conflicto	Si es masiva, debe generarse estrategias, justificaciones valederas de la reestructura
	Manejo de presupuesto	El presupuesto siempre es un tropiezo en el desarrollo de muchas entidades, procesos que duran un tiempo. Entonces, se debe someter a conocimiento del proveedor y evitar disgusto	Si la situación se torna fuera de control, debe pronunciarse el encargado de cuentas y dar solución pertinente a la situación, solicitando convenio por tiempo u otro que fuere

			necesario
2	<ul style="list-style-type: none"> Atentados o intervenciones poblacionales 		
	Manifestaciones	Ésta puede ser de advertencia por lo que deberá ponerse atención y colaborar con una negociación previo a un desenlace desagradable	Si la manifestación o protesta es consistente, deberá llamarse a fueras de seguridad y pedir apoyo necesario, en caso se provoque renuencia de los participantes
4	<ul style="list-style-type: none"> Solicitudes mediáticas: 		
	Acuse de ejecuciones de excavaciones de campo con algún tipo de riesgo	Los informes mediáticos de peso, por simple que parezca una solicitud de información deberá ser atendida a la brevedad posible, no sobre pasando las 24 horas, si la información es sensible deberá tratarse por medio por escrito con el aval de la Codirección	Si el cuestionamiento es continuo, fuerte e insistente, debe demostrarse el cuadro de ejecuciones y los procesos de acuerdo al registro de fichas técnicas o informes
4	<ul style="list-style-type: none"> Accidentes del personal en instalaciones 		
	Ocasionados por aglomeración	Mantener una actitud relajada es muy importante, atender la negociación o proponer una reunión con el mando más alto	Si la concentración es masiva debe establecerse rutas de evacuación y estrategias de negociación, nunca

		jerárquicamente	perder la calma
	Ocasionados por fallo humano	Puede generarse una crisis leve que pueda controlarse con atención local de primeros auxilios	Si la crisis es mayor debe solicitarle apoyo a entidades especializadas como clínicas o puestos de salud

Tipificación de una crisis:

No.	Tipo de crisis	Tipificación
1	<ul style="list-style-type: none"> Conflictos laborales 	
	Reestructuraciones de planilla	De orden administrativo
	Manejo de presupuesto	De orden financiero – administrativo
2	<ul style="list-style-type: none"> Atentados o intervenciones poblacionales 	
	Manifestaciones	De orden social
3	<ul style="list-style-type: none"> Solicitudes mediáticas: 	
	Acuse de ejecuciones de excavaciones de campo con algún tipo de riesgo	De naturaleza pública
4	<ul style="list-style-type: none"> Accidentes del personal en instalaciones 	
	Ocasionados por aglomeración	De orden social dependiente
	Ocasionados por fallo humano	de carácter humano

Comité de gestión de crisis:

No.	Tipo de crisis	Comité
1	Conflictos laborales	De Recurso Humano. trabaja en pro de la paz laboral

2	Atentados o intervenciones poblacionales	De monitoreo, destinado a trabajo de campo
3	Solicitudes mediáticas	De monitoreo de medios atendido por Codirección y/o delegado comunicacional
4	Accidentes del personal en instalaciones	De desastres y de Recurso Humano en conjunto para pronta atención

Miembros y función de cada uno:

No.	Comité	Miembros	Funciones
1	Comité de Recurso Humano	Está compuesto por dos personas del área financiera y administrativa	Están capacitados para atender crisis emocionales por impacto laboral, y de comunicación interna
2	Comité de Monitoreo	Está compuesto por los ocho supervisores y tres comunicadores sociales	Monitorizan emergencia por catástrofes naturales, los puntos de donde la institución tiene incidencia, monitorizan medios escritos, de radio televisivos y tecnológicos tanto para prevenir una crisis como para atender las necesidades objetivas de la institución

Instrucciones según tipología:

No.	Tipo de crisis	Por tipificación	Por etapa
1	<ul style="list-style-type: none"> • Conflictos laborales 		

	Reestructuraciones de planilla	El comité de Recurso Humano está preparado con información verídica para evitar fugas de información y comunicación informal	Antes de una crisis, debe imperar un ambiente de confianza y convivencia sana, durante la crisis, se recomienda guardar la calma y consultar a la coordinación correspondiente, en este caso R.R.H.H. o coordinación ejecutiva, Pasada la crisis es bueno continuar con labores y evitar comunicación informal
	Manejo de presupuesto	comité de Recurso Humano está preparado con información verídica para evitar fugas de información y comunicación informal	Previo a la crisis deberá evitarse fugas de información y mal información de las ejecuciones financieras, durante la crisis
2	<ul style="list-style-type: none"> • Atentados o intervenciones poblacionales 		
	Manifestaciones	El comité de Monitoreo se hace cargo de la información referente a las ejecuciones y proyectos a desarrollarse	Previo, debe evitarse cualquier fuga de información que genere duda en la población, si no ha de trabajarse un punto es mejor no ofrecerlo, durante, si la crisis

			llegó es importante generar la negociación para la continuidad del proyecto. Finalmente, pasada la crisis será bueno mantener comunicación abierta con los representantes de la manifestación a fin de hacerles saber el involucramiento institucional
3	<ul style="list-style-type: none"> Solicitudes mediáticas: 		
	Acuse de ejecuciones de excavaciones de campo con algún tipo de riesgo	El comité de monitoreo y comunicación social asesoran gestionan respuesta y asesoran a la Codirección para atender a los medios	Previo a que se produzca una acusación, es importante trabajar con transparencia y permitir las auditorias necesarias para reflejar las correctas ejecuciones, durante una crisis lo mejor es dar respuesta y atender a los medios, pasada la crisis es mejor no contra atacar y permitir que el tiempo se encargue
4	<ul style="list-style-type: none"> Accidentes del personal en instalaciones 		

	Ocasionados por aglomeración	El comité de desastres está preparado para atender este tipo de crisis por medio de sus capacitado en primeros auxilios	Antes de ella es importante conocer bien el área y compartir rutas de evacuación, en caos se presente, atender y negociar y finalmente mantener precaución
	Ocasionados por fallo humano	El comité de desastres está preparado para atender este tipo de crisis por medio de sus capacitado en primeros auxilios	Previo a la crisis es importe capacitar al personal de acuerdo a sus herramientas de trabajo, durante la crisis, el comité de desastres tendrá a uno o a los dos paramédicos a fin de atender la emergencia y finalmente deberá darse seguimiento para no repetirla

Hojas de control específicas para de acuerdo a la crisis:

Cada una de las comisiones está encargada de generar comunicados de acuerdo a sus asignaciones y protocolos de atención.

En el caso de la comisión de Recurso Humano, debe generar memos y mails para socializar información referente a los procesos internos, éstos deben dirigirse a todos los colaboradores.

En el caso de la comisión de monitoreo, deben emitir informes y facilitar material, será el delegado de comunicación quien se encargue de generar los escritos y trasladarlos para visto bueno a la Codirección.

Tipología de comunicados

Los recursos escritos a utilizar son oficios, mensajes, memos, emails, comunicados de prensa, una vez autorizados por la Codirección, ningún colaborador está autorizado para dar declaraciones a excepción del Codirector o delegado de comunicación.

PRIMER MODELO:

Este primer modelo de comunicado es el adecuado ante una posible situación en etapa previa o anticipada de desacuerdo, a fin de prevenir cualquier crisis tanto institucional como colaborativo:

El Proyecto Arqueológico Cuenca el Mirador, comunica que en la presente semana se dará inicio a los trabajos de excavación en el sitio arqueológico de Nakbe.

Los trabajos de investigación consisten excavación de áreas, levantamiento de datos, clasificación de piezas etc.

El proceso de los estos trabajos contribuyen al enriquecimiento del patrimonio cultural de Guatemala, así como a la promoción turística del sitio arqueológico y por tanto al es desarrollo comunitario.

Para mayor información comunicarse con:

Lic. Edgar Suyuc

Codirector

Proyecto Cuenca el Mirador

Teléfono 2261 4437

Hoja de control del primer comunicado:

¿Se hace referencia de los trabajos realizados por la institución?

¿Se mencionan las comunidades beneficiadas?

¿Se describen los trabajos a realizar?

¿Se incluye nombre y teléfono de contacto?

SEGUNDO MODELO

El presente modelo puede utilizarse mientras se atienden la emergencia, o durante una crisis existente, puede enviarse hasta 5 horas después de reportada la emergencia:

El Proyecto Cuenca el Mirador, cubre la emergencia suscitada en el sitio arqueológico de Nakbé 2, donde se produjeron deslaves por las fuertes lluvias de la temporada.

Los trabajos de apoyo a la mitigación a la emergencia dieron inicio esta mañana, tras dos horas del gran socavamiento. Estos, consisten en el precintado del lugar para efecto de prevención de accidentes a humanos y animales que puedan ser presa del socavamiento así como el resguardo de las piezas arqueológicas que se encuentran en proceso de documentación.

El Proyecto Cuenca el Mirador se preocupa y atiende las emergencias de toda la población guatemalteca y del patrimonio cultural, permitiendo un resguardo funcional y de beneficio para todos.

Para mayor información comunicarse con:

Lic. Edgar Suyuc

Codirector

Proyecto Cuenca el Mirador

Teléfono 2261 4437

Hoja de control del segundo comunicado:

¿Se hace énfasis en la emergencia?

¿Se hace referencia de la prontitud de respuesta?

¿Se hace referencia de los trabajos realizados por la institución?

¿Se mencionan las comunidades beneficiadas?

¿Se describen los trabajos a realizar?

¿Se incluye nombre y teléfono de contacto?

Mensajes claves: Incidentes por fenómenos naturales o desastres humanos

A continuación se enumera una listado de mensajes claves para el Codirector a fin de facilitar sus respuestas en todo momento:

- Lo que más nos interesa rescatar el patrimonio prehispánico y cultural de Guatemala
- Proyecto Cuenca el Mirador, que colabora con el bienestar de las comunidades cercanas a los sitios trabajados por el proyecto.
- Si necesita ampliar información deberá solicitarla por escrito.

Hoja de control para preparar la sala de crisis:

Ítem	Elementos	Estado	
		SI	----
1	Señalética		No
2	Manual de funciones	Si	
3	Manual de crisis	Si	
4	Página web		No
5	Informes	Si	
6	Consolidad de proyectos excavatorios	Si	
7	Listado de presupuesto	Si	
8	Listado de planilla	Si	
9	Cámara fotográfica	Si	
10	Grabadora de sonidos	Si	
11	Mesa de trabajo	Si	
12	Sillas de atención al público		No
13	Internet y equipo de computo	Si	

Fecha de ensayos:

Ítem	Comité	Fecha
1	De Recurso Humano	4 de octubre
2	De monitoreo	4 de octubre
3	De monitoreo	11 de octubre

Decálogo de las relaciones con los medios de comunicación:

- Hable con claridad y sin tecnicismos. Piense que se está dirigiendo a públicos amplios. Hablando con un lenguaje sencillo, se asegurará de que todo el mundo le entienda.
- Utilice tan solo unos pocos mensajes clave. Elija bien, antes de la entrevista, la declaración o la rueda de prensa, los mensajes que quiere enviar al público. Aproveche cualquier oportunidad para repetir esos mensajes.
- No está obligado a conocer todos los datos. Si no está seguro de una respuesta, no se arriesgue. Diga al periodista que le dará la respuesta tan pronto como la conozca.
- Conozca al entrevistador. Si es posible trate de ver previamente el programa en el que vaya a aparecer, o lea algunos artículos del periodista que le va a entrevistar. En este sentido el relacionista público le puede ayudar. Es una forma de evitar sorpresas.
- Sea persona antes que técnico o directivo. Los mensajes emocionales son universales: llegan a todo el mundo y son fáciles de entender.
- Recuerde el objetivo. El objetivo en los primeros momentos de la crisis es demostrar que se es una institución socialmente responsable, colaboradora y transparente. Demuéstrelo.

- Anticipe las preguntas y sus respuestas. Hay que prepararse para todo tipo de preguntas, incluso esas que no nos gustaría que nos hiciesen. Sea consciente del que “lo que va mal es noticia”.
- Desarrolle su propia entrevista. Algunas veces los periodistas no se pueden tomar el tiempo de preparar la entrevista. Esto representa una oportunidad de introducir, con tacto, los temas de los que usted quiere hablar.
- Ensaye. Realice algún ensayo por su cuenta con compañeros. A otro experto se le pueden ocurrir preguntas y respuestas que usted no haya tenido en cuenta.
- Bajo ningún concepto se muestre agresivo con nadie. Una sola muestra de agresividad, puede destrozarse todo el trabajo positivo hecho.

Los géneros periodísticos y cuando utilizarlos

- Convocatoria de medios, suele realizarse previa a una inauguración o protocolo de entrega de tramo
- Comunicado de prensa, se entrega durante el evento e informa todos los procesos realizados.
- Entrevista, se lleva a cabo a solicitud de medio previo a cita
- Rueda de prensa, usualmente es el Ministerio quien genera ruedas de prensa

Listado de contactos de la organización a quienes se les debe de tomar en cuenta al momento de la crisis y es necesario informar

- Lic. Edgar Suyuc
Tel. 2261 4437
- Encargados del equipo de investigación, conservación y administrativos.

Bibliografía

Tesis doctoral, Estudio de caso: LA CRISIS DE FONTANEDA Autora Ana Ma. Enrique Jiménez / de UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA, Facultat Ciències de la Comunicació, Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat., emitida en Barcelona en Septiembre 2007, páginas 99 y 103.