

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Departamento de Estudios de Postgrado



**Diagnóstico y estrategia de
comunicación organizacional interna y externa
del Departamento de Registro y Estadística
de la Universidad de San Carlos de Guatemala**

Guatemala, octubre de 2016

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Departamento de Estudios de Postgrado
Maestría en Comunicación Organizacional

The seal of the University of San Carlos of Guatemala is a large, circular emblem in the background. It features a central shield with a figure on a horse, flanked by two columns with banners. The Latin text 'ACADEMIA COACATEMALENSIS INTER CÆTHERAS ORBIS CONSPICUA CAROLINA' is inscribed around the perimeter of the seal.

**Diagnóstico y estrategia de
comunicación organizacional interna y externa
del Departamento de Registro y Estadística
de la Universidad de San Carlos de Guatemala**

Trabajo de Graduación presentado por:
Pablo Alexander Dávila Montenegro

Previo a optar al título:
Master en Artes en Comunicación Organizacional

Guatemala, octubre de 2016

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 Postgrado

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García
García
Director

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

Pub. Anaite Machuca
Per. Mario Barrientos
Representantes estudiantiles

Lic. Jhonny Michael González Batres
Representante de egresados

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos
Secretaria

Consejo Académico de

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya
Director

Mtro. Gustavo Adolfo Morán
Secretario

Tribunal examinador

Dr. Carlos Humberto Interiano
Mtro. César Augusto Urizar Méndez
Mtra. Elisabeth Ávalos
Mtro. Jorge Ignacio Paz



Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación



Guatemala, 17 de octubre de 2016 **USAC**
Orden de impresión
 No.007-2016 GAMP/Machq

Estudiante
Pablo Alexander Dávila Montenegro
Carné No. 200811287

Estimado Estudiante Dávila:

Nos complace informarle que con base a la autorización de informe final del Trabajo de Graduación por el Tribunal Examinador con el título **“Diagnóstico y estrategia de comunicación organizacional interna y externa del Departamento de Registro y Estadística de la Universidad de San Carlos de Guatemala”**, 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 un profesional egresado de esta escuela como usted, que posee los conocimientos para desenvolverse en el campo de la comunicación organizacional.

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

[Handwritten signature]
 Escuela de Ciencias de la Comunicación
RECTOR

MSc. Sergio Vinicio Morataya García
 Director ECC

[Handwritten signature]

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

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

Índice

Resumen.....	ii
Introducción.....	iii
Capítulo 1: Diagnóstico Situacional.....	5
1.1. Ubicación Geográfica.....	5
1.2. Naturaleza de la organización.....	6
1.3. Principales Actividades.....	7
1.4. Imagen Institucional.....	9
1.4.1 Líneas Estratégicas.....	9
1.4.2 Misión.....	9
1.4.3 Visión.....	10
1.4.4 Objetivos.....	10
1.5. Valores y principios.....	10
1.6. Actores Internos y Externos.....	12
1.7. Organigrama.....	16
1.8. Perfil de los trabajadores.....	17
Capítulo 2: Fundamentos Epistemológicos.....	20
2.1. La comunicación.....	20
2.2. Funciones de la Comunicación.....	20
2.3. La comunicación en la organización.....	22
2.4. Teorías.....	23
2.4.1 Teoría de la cultura organizacional.....	23
2.4.2 Teoría semiótica.....	24
2.4.3 Teoría de la burocracia.....	25
2.4.4 Teoría de las relaciones humanas.....	25
2.4.5 Sociedad de la Información.....	26
2.4.6 Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación.....	27
2.4.7 Teoría de la comunicación digital.....	27
2.4.8 Resumen de Teorías.....	28
Capítulo 3: Metodología.....	29
3.1. Tipo de investigación.....	29
3.1.1 Según los objetivos de la investigación.....	29
3.1.2 Según la naturaleza de las fuentes.....	29

3.1.3	Según el tipo de datos:	30
3.2.	Objetivos	30
3.2.1	Objetivo General.....	30
3.2.2	Objetivos Específicos	31
3.3.	Técnica.....	31
3.3.1	Observación Participante:.....	31
3.3.2	Recopilación bibliográfica:	32
3.3.3	Encuesta.....	32
3.3.4	Entrevista.....	32
3.4.	Instrumentos.....	32
3.5.	Fuentes	33
3.5.1	Primarias	33
3.5.2	Secundarias.....	34
3.6.	Población y Muestra	34
3.6.1	Comunicación Interna.....	34
3.6.2	Comunicación Externa.....	34
3.6.3	Muestra.....	34
3.7.	Método de Análisis	35
Capítulo 4: Diagnóstico de Comunicación Interna.....		36
4.1.	Comunicación Interna	36
4.2.	Comunicación Vertical.....	36
4.2.1	Descendente	36
4.2.2	Ascendente.....	37
4.3.	Comunicación horizontal	37
4.4.	Comunicación circular	38
4.5.	Medios de comunicación interna	39
Capítulo 5: Diagnóstico de Comunicación Externa		41
5.1.	Comunicación Externa	41
5.2.	Públicos Externos.....	42
5.2.1	Usuarios e instituciones.....	42
5.3.	Identidad Corporativa	43
5.2.2	Signos.....	43
5.4.	Realidad corporativa	43
5.5.	Imagen Corporativa.....	45

5.6. Comunicación en crisis.....	47
5.7. Medios de comunicación externa.....	48
5.7.1 Página Web.....	49
5.7.2 Facebook.....	50
5.8. FODA.....	51
5.8.1 Descripción FODA.....	52
5.8.2 Alternativas FODA.....	53
5.9. Factores influyentes directos e indirectos.....	54
5.9.1 Factores influyentes directos.....	54
5.9.2 Factores influyentes indirectos.....	54
5.10 Árbol de Problemas.....	55
5.10. Determinación de problemas de comunicación.....	56
Discusión de Resultados.....	57
 Capítulo 6: Estrategia de Comunicación.....	 61
6.1. Justificación.....	61
6.2. Objetivos.....	61
6.2.1 Objetivo General.....	61
6.2.2 Objetivo Específico.....	61
6.3. Públicos Objetivos.....	62
6.3.1 Públicos Internos.....	62
6.3.2 Públicos Externos.....	63
6.4. Propuesta.....	64
6.5. Matriz de Coherencia.....	65
6.6. Plan de Comunicación.....	68
6.6.1 Problema 1: canales deficientes de comunicación.....	68
6.6.2 Problema 2: imagen institucional endeble.....	69
6.6.3 Problema 3: bajo clima organizacional.....	70
6.6.4 Problema 4: Bajo aprovechamiento de canales digitales.....	71
6.7. Productos estrategia de comunicación desarrollados para e RYE.....	72
6.7.1 Propuesta del Área de Comunicación para el Departamento de Registro y Estadística.....	72
6.7.2 Propuestas de rediseño de Logotipo.....	78
6.7.3 Plan de Capacitación Digital.....	81
6.7.4 Rediseño Página Web.....	88
6.7.5 Elaboración de Fanpage de facebook.....	89

6.8. Validación de la propuesta de solución (con cronograma).....	90
6.9. Cronograma de implementación de la propuesta. Por meses y semanas	91
6.10. Plan de monitoreo y valuación (con cronograma)	94
6.11. Visión del futuro.....	96
Conclusiones.....	97
Recomendaciones.....	98
Referencias	99
Anexos	102
7.1. Anexo 1: Organigrama	103
7.2. Anexo 2: Instrumentos para el diagnóstico.....	104
7.3. Anexo 3: Cartas Administrativas	124

Listado de Esquemas, gráficas, imágenes y tablas

Esquemas

Esquema 1: Organigrama del Departamento de Registro y Estadística basado en el reglamento aprobado en 1962.Elaboración basado en copia original.	16
Esquema 2: teorías que utilizadas en el estudio.	28
Esquema 3: FODA del RYE USAC	51
Esquema 8: Públicos externos alcanzados por la propuesta.	63

Gráficas

Gráfica 1: La comunicación con sus superiores se realiza de manera efectiva:	37
Gráfica 2: La comunicación con sus compañeros área se realiza de manera efectiva:.....	38
Gráfica 3: ¿Por cuáles canales recibe información del Departamento?	39
Gráfica 4: ¿Por cuáles canales le gustaría recibir información del Departamento?	40
Gráfica 5: ¿De dónde visita Registro y Estadística?	41
Gráfica 6: ¿Cuál es el motivo de su visita al Departamento de Registro y Estadística?.....	41
Gráfica 7: ¿Conoce la misión del Departamento de Registro y Estadística? ...	44
Gráfica 8: ¿Conoce la visión del Departamento de Registro y Estadística?	44
Gráfica 9: ¿Conoce los valores del Departamento de Registro y Estadística? ..	45
Gráfica 10: ¿Cómo evalúa el servicio del Departamento de Registro y Estadística?.....	46
Gráfica 11: Cuando busco información de algún procedimiento que se realiza en Registro y Estadística; encontrar dicha información es:.....	46
Gráfica 12: ¿La información que necesito es totalmente comprensible?	47
Gráfica 13: Sabe qué hacer en el momento de una crisis de comunicación	48
Gráfica 14: ¿Sabe a quién acudir en el momento de una crisis de comunicación?	48
Gráfica 15: ¿Por cuáles canales ha consultado información del Departamento de Registro y Estadística?.....	48
Gráfica 16: Se siente orgulloso de pertenecer a la Universidad de San Carlos de Guatemala.....	57
Gráfica 17: Se siente orgulloso de laborar en el Departamento de Registro y Estadística.....	58
Gráfica 18: ¿Cómo evalúa el servicio del Departamento de Registro y Estadística?.....	58
Gráfica 19: Seleccione las funciones que usted cree que le competen a Registro y Estadística.....	59

Imágenes

Imagen 1: referencia google maps.....	5
Imagen 2: parte exterior del Edificio de la Dirección General de Administración, donde se ubica el Departamento de Registro y Estadística de la Ciudad Universitaria. Fotografía de https://www.facebook.com/diga.usac	5
Imagen 3: Actividades del día del padre 2016 en RYE USAC.....	38
Imagen 4: logotipo actual del RYE USAC.....	43
Imagen 5: Página actual de RYE USAC.....	49
Imagen 6: Perfil de facebook actual del RYE USAC.....	50

Tablas

Tabla 1: Descripción de los actores internos del Departamento de Registro y Estadística.....	13
Tabla 2: Descripción de actores externos del Departamento de Registro y Estadística.....	15
Tabla 3: Perfil de colaboradores del Departamento de Registro y Estadística.....	19
Tabla 4: fuentes primarias de consulta.....	33
Tabla 5: fuentes secundarias de consulta.....	34
Tabla 6: usuarios e instituciones que se relacionan con el RYE USAC.....	42
Tabla 7: Determinación de problemas de comunicación.....	56
Tabla 8: Públicos internos alcanzados por la propuesta.....	62
Tabla 9: Listado de soluciones a los problemas encontrados.....	64
Tabla 10: Problemas, productos, objetivos y públicos de la propuesta.....	65
Tabla 11: Plan de comunicación para problema 1.....	68
Tabla 12: Plan de comunicación para problema 2.....	69
Tabla 13: plan de comunicación para problema 3.....	70
Tabla 14: Plan de comunicación para problema 4.....	71
Tabla 15: plan de monitoreo y evaluación.....	94

Resumen

El Departamento de Registro y Estadística es la institución de la Universidad de San Carlos de Guatemala que se encarga de llevar los registros universitarios de estudiantes y graduados, Informar sobre las características de las diferentes carreras que se imparten y recolectar, analizar y procesar la información estadística de la población estudiantil y otras informaciones relacionadas con la educación superior a nivel nacional e internacional.

Registro y Estadística -RyE- se encuentra ubicado en la Dirección General de Administración -DIGA- en el Campus Central de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Tiene aproximadamente 70 trabajadores, entre jefaturas, encargados de área, secretarías, mensajeros, personal de servicios y personal extraordinario.

En dicho Departamento, se convino realizar un diagnóstico de comunicación interna y externa, para conocer la situación actual de la institución, analizar los sujetos y canales participantes en el flujo de información que tiene Registro y Estadística. En el proceso de determinaron prioridades que fueron investigadas acuciosamente para establecer soluciones estratégicas a cada una de ellas.

Sobresaltando problemas inherentes al clima organización la identidad e imagen corporativa, la motivación, capacitación e inducción de los colaboradores y estandarización y renovación de la línea gráfica actual.

A partir del diagnóstico de comunicación la información recabada, se plantea la estrategia y acciones comunicacionales que resuelvan con prontitud esta situación que aqueja al Departamento de Registro y Estadística.

Las propuestas encuentran la fundamentación epistemológica en la teoría de la cultura organizacional, teoría semiótica, de la burocracia, las relaciones humanas y la comunicación digital, además de los paradigmas de la sociedad de la información y las nuevas tecnologías de la comunicación.

Finalmente, el proceso de diagnóstico y exploración fue acompañado por las autoridades del Departamento de Registro y Estadística, además de encontrar apoyo en los colaboradores que abrieron sus puertas con una sonrisa.

Introducción

En todas las organizaciones, empresas o instituciones, se llevan a cabo procesos de comunicación que deben ser evaluados para medir su efectividad y eficiencia, que existan canales de comunicación fluida que permitan que los colaboradores conozcan el lugar en que laboran para enfrentar los problemas que se suscitan diariamente.

El Diagnóstico Situacional permite conocer previamente la institución, además evidencia prolegómenos de la misma, esto con el fin de conocer y familiarizarse con el objeto de estudio.

En este primer acercamiento se conoce la ubicación del Departamento de Registro y Estadística, así como de las dependencias que existen del mismo alrededor de las diferentes sedes de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Se realiza una descripción del Departamento de Registro y Estadística – R&E-, así como las funciones y servicios que presta en sus distintas sedes.

Los fundamentos epistemológicos explican las teorías que avalan este proyecto, dan una mirada profunda de los problemas y soluciones que se suscitan en la institución.

La metodología explica la lógica de la investigación, los métodos, técnicas e instrumentos necesarios para lograr la captación de la información, al mismo tiempo que brinda un panorama general de la población y se realizan procesos estadísticos que permitieron identificar la muestra.

En cuanto a la comunicación es necesario evaluar y adentrarse en la identidad y la imagen corporativa que presenta el Departamento de R&E, la primera evaluando los procesos, medios y canales que se utilizan en la comunicación interna, y la segunda evidenciando, por un lado, la fiabilidad, eficacia y eficiencia de los mensajes, y por el otro, los públicos objetivos en los que se pretende incidir con la comunicación externa.

El Diagnóstico de Comunicación Interna, permite observar la estructura formal, los jefes y mandos que se involucran en Registro y Estadística, por lo tanto, se evidencia el organigrama de la institución y se conoce en términos superficiales los puestos y perfiles que cada persona desempeña.

Conocer la institución implica saber sobre el componente estratégico del departamento, estar al tanto de la misión y visión institucional, al mismo tiempo que se conocen los objetivos, valores y principios mediante los cuales establecen su quehacer diario.

El Diagnóstico de Comunicación Externa, permite evaluar los componentes de la imagen corporativa, y los canales que se utilizan en la institución para comunicarse con los usuarios, así como los signos y públicos a los que se necesita llegar.

Al mismo Tiempo se realiza la evaluación general a través de una FODA, donde se evidencian las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que la institución que tiene o debe enfrentar.

En la parte final, se realiza una descripción general de los problemas que tiene la institución y las posibles soluciones para enfrentarlos, los hallazgos y conclusiones, así como los anexos.

Capítulo 1: Diagnóstico Situacional

1.1. Ubicación Geográfica



Imagen 1: referencia google maps.

El Departamento de Registro y Estadística está ubicado en el nuevo edificio de la Dirección General de Administración -DIGA- del Campus Central de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Ocupa el ala norte de las nuevas instalaciones, distribuido en el primero nivel y el sótano. Las jefaturas, departamentos y las ventanillas de atención al estudiante están en el primer nivel, mientras que el archivo e informática disponen del sótano.



Imagen 2: parte exterior del Edificio de la Dirección General de Administración

En las oficinas centrales las actividades empiezan a las 7:30 horas y finalizan a las 19:30 horas. El personal está

dividido en dos jornadas, la primera que va de 7:30 a 15:30 horas, y la segunda que va de 11:30 a 19:30 horas.

Además, existe una dependencia fuera del Campus Central, la oficina de Registro del Centro Universitario de Occidente es la delegación auxiliar del departamento de Registro y Estadística de la Universidad de San Carlos de Guatemala, la que está ubicada en la Calle Rodolfo Robles 29-99 zona 1, Quetzaltenango. Y es la única unidad académica que cuenta con su propio departamento de Archivo, en el cual se almacenan todos los expedientes estudiantiles.

Se considera una de las más importantes oficinas del Centro Universitario de Occidente –CUNOC- ya que en ella se inscriben los estudiantes de primer ingreso, se tramitan las equivalencias de cursos, se realizan los cambios de carreras o traslados de matrícula hacia otra unidad académica y otros Trámites Administrativos que el estudiante realiza durante sus estudios, hasta llegar a la constancia de Cierre de Currículum previo a graduarse. (Estadística, s.f.)

1.2. Naturaleza de la organización

A continuación, se describe al Departamento de Registro y Estadística de la Universidad de San Carlos de Guatemala, dicha información ha sido extraída del Manual de Normas y Reglamentos del mismo departamento.

El Departamento de Registro y Estadística –R&E- fue creado por Acuerdo No. 776 del 16 de diciembre de 1961 por el Honorable Consejo Superior Universitario. Y se instituyó como una unidad técnico-administrativa encargada de:

- Llevar los registros universitarios de estudiantes y graduados;
- Informar sobre las características de las diferentes carreras que se imparten
- Recolectar, analizar y procesar la información estadística de la población estudiantil y otras informaciones relacionadas con la educación superior a nivel nacional e internacional.

1.3. Principales Actividades

La oficina de Registro y Estadística de la Universidad de San Carlos de Guatemala está bajo la dependencia del Rectorado, el cual tiene las siguientes funciones:

- a) Centralizar la matrícula de los estudiantes universitarios mediante el empleo de sistemas modernos y uniformes de registro que faciliten la organización y el control de informaciones que permitan una adecuada coordinación de servicios con las Facultades, Departamentos y secciones administrativa de la Universidad.
- b) Escoger, presentar e interpretar los datos estadísticos que se refieran a la población Universitaria.
- c) Ofrecer las informaciones requeridas respecto a las diferentes carreras universitarias, materias de estudio, horarios, requisitos y prerrequisitos, certificaciones de estudios, títulos y grados académicos.
- d) Llevar registro centralizado del currículo de estudios y calificaciones obtenidas por los estudiantes en los exámenes de fin de curso, de materias retrasadas y exámenes privados y públicos.
- e) Expedir el carné universitario como constancia de la condición de estudiante de la Universidad de San Carlos de Guatemala y de la Facultad o Escuela donde se ha inscrito.
- f) Transmitir y registrar los traslados de inscripción de una Facultad a otra, con base en el dictamen que proporcione el Decanato de la Facultad a la cual se desee ingresar y previa autorización del Rector dentro del período que señalan los Estatutos.
- g) Elaborar las listas oficiales de matrícula en colaboración con las respectivas facultades.

- h) Llevar registro de los graduados universitarios.
- i) Tramitar y registrar las equivalencias de estudios aprobados de conformidad con las resoluciones de la Universidad.
- j) Llevar registro de títulos, grados académicos y diplomas otorgados y reconocidos por la Universidad de San Carlos de Guatemala.
- k) Llevar un registro de los méritos académicos y de los servicios docentes y administrativos de los graduados universitarios en la Universidad de San Carlos de Guatemala y expedir las certificaciones que éstos soliciten.
- l) Extender las certificaciones para efectos de exámenes generales, privados y públicos de las materias que forman el plan de estudios correspondientes.
- m) Tramitar y estudiar los expedientes de estudios realizados en el exterior para los efectos de incorporaciones y reconocimiento de títulos, diplomas universitarios y grados académicos, con base en los dictámenes de las Facultades y Departamentos, trasladando los expedientes al Rectorado para su aprobación o no aprobación.
- n) Centralizar la información e iniciar el trámite de las becas que otorgue la Universidad de San Carlos de Guatemala; o las que por medio de ella le sean encomendadas.
- o) Preparar los estudios e informes relativos a las funciones que están a su cargo.

- p) Coordinar sus actividades con la Tesorería Universitaria para ejercer un control adecuado del pago de derecho de matrícula, de exámenes y demás obligaciones económicas de los estudiantes.
- q) Proponer al Consejo Superior Universitario previa consulta a las Facultades y Departamentos universitarios el calendario universitario.
- r) Llevar registro de recursos humanos y especializaciones universitarias.
- s) Desempeñar cualquier función que en el futuro considere conveniente la Universidad, según resolución del Consejo Superior Universitario.

Actualmente el Departamento de Registro y Estadística depende de la dirección General de Administración, la cual fue creada por disposición del Honorable Consejo Superior Universitario en punto Séptimo del Acta No. 4-81 del 28 de octubre de 1981 y por Acuerdo de Rectoría No. 680-82, inició su funcionamiento en el mes de agosto de 1982.

1.4. Imagen Institucional

1.4.1 Líneas Estratégicas

No existen líneas estratégicas definidas. Durante años se ha preocupado más por los procesos internos que Registro y Estadística debe realizar, dejando de lado la comunicación, como factor importante para realizar un mejor trabajo, aunado a esto, las políticas que la Universidad de San Carlos de Guatemala mantiene, la burocracia y la sobrepoblación estudiantil son elementos que no permiten elaborar un plan estratégico, ya que se prioriza el trabajo diario y a mediano plazo del departamento.

1.4.2 Misión

Llevar el control de los servicios estudiantiles que presta el departamento a través de un registro sistematizado, actualizado, eficiente y eficaz. (Normas y Reglamentos del Departamento de Registro y Estadística)

1.4.3 Visión

El Departamento de Registro y Estadística es responsable del proceso de inscripción, recolección, análisis e interpretación de información estadística, para ofrecer a los estudiantes, autoridades universitarias, profesionales y público en general información que los oriente adecuadamente en las distintas actividades académicas y administrativas de la universidad. (Normas y Reglamentos del Departamento de Registro y Estadística).

1.4.4 Objetivos

- Desarrollar y operar un sistema eficiente de registro estudiantil universitario.
- Recolectar, analizar, procesar e interpretar datos estadísticos.
- Ofrecer a la comunidad universitaria toda la información que contribuya a orientarlos adecuadamente.

1.5. Valores y principios

El Departamento de Registro y Estadística se rige a los valores que traza como operativos la Universidad de San Carlos de Guatemala, a través de la Dirección de Desarrollo Organizacional (Organizacional, 2007). Los valores y principios enumerados a continuación forman parte del plan estratégico de la USAC, por lo que Registro y Estadística se fundamenta en ellos para elaborar su trabajo, es menester mencionar que no existen valores, propios, elaborados por el departamento y que identifiquen su labor.

1. **Eficiencia:** es el valor que motiva al trabajador universitario buscar la optimización de los recursos, la agilidad y máxima calidad en la realización de su trabajo. El trabajador universitario eficiente no deja que lo domine la negligencia y busca alcanzar sus propósitos hasta lograrlos, estando siempre dispuesto a dar un poco más a la Universidad.
2. **Responsabilidad:** valor que permite al trabajador universitario interactuar, comprometerse y aceptar las consecuencias de sus acciones y decisiones. Sus actos responden íntegramente a sus compromisos, siempre se esfuerza para

hacerlo todo bien, sin necesidad de tener supervisión. La responsabilidad no se limita al juicio o evaluación de los demás, sino a un compromiso inherente al trabajador en cumplimiento de su deber con eficiencia y eficacia.

3. **Respeto:** es valorar a los demás, acatar los límites que impone el derecho ajeno como base para la convivencia armoniosa en nuestra Universidad. Por lo que este valor exige de los trabajadores actitudes positivas en las relaciones humanas, en el ambiente laboral y en cualquier relación interpersonal. Este valor reconoce la autonomía de cada ser humano, acepta las diferencias individuales y valora los derechos y deberes de los trabajadores de la USAC.
4. **Transparencia:** es el valor que motiva un desenvolvimiento académico-administrativo correcto y claro de los trabajadores de la Universidad, que se manifiesta en un desempeño ético, eficiente y una ejecución de los fondos apegada a la legislación y, con acceso de cualquier usuario a información económica - financiera, para fines de rendición de cuentas y de auditoría social. Acto de proceder del trabajador universitario en forma íntegra, clara y verificable en el cumplimiento de sus atribuciones y responsabilidades en la Universidad.
5. **Excelencia:** valor que motiva al trabajador de la Universidad a desarrollar sus labores cotidianas en forma sobresaliente y buscando continuamente la mejora de su trabajo realizado. Es el conjunto de prácticas en la gestión de la Universidad de San Carlos de Guatemala que dan resultados relevantes y un servicio educativo de alta calidad y pertinencia.
6. **Colaboración:** es el valor del trabajador universitario que lo impulsa a participar y ayudar a realizar conjuntamente un trabajo de la Universidad. Esto implica que a través del compañerismo entre trabajadores universitarios se realicen actividades o proyectos conjuntamente.

1.6. Actores Internos y Externos

En el Departamento de Registro y Estadística no existe un manual con las funciones específicas de cada uno de los colaboradores de la misma, sin embargo, la Dirección de Desarrollo Organizacional –DDO- es el ente encargado de brindar la información para la contratación del personal.

La definición de los puestos se realiza a través del Manual de Clasificación de Puestos, instrumento que “utilizado para diferentes acciones de administración de personal, como Reclutamiento y Selección, Adiestramiento, Evaluación del Desempeño, uso racional de los Recursos Humanos, elaboración y ejecución del presupuesto de servicios personales y Administración de Salarios.” (DDA, 2002)

Razón por la que algunas veces pareciera que no se habla de R&E, ya que es un manual elaborado para la utilización de todos los auditores de la Universidad de San Carlos de Guatemala, ya que es la forma de estandarizar los salarios, prestaciones y escalas de los colaboradores de la universidad.

Actores Internos	
Jefe de Registro y Estadística	Trabajo de dirección que consiste en planificar, organizar, coordinar, dirigir y controlar las labores de registro y estadística del Centro Universitario de Occidente, con el objeto de cumplir completamente con sus fines y objetivos.
Subjefe de Registro y Estadística	Trabajo de especialización que consiste en asistir a un superior en labores administrativas y técnicas necesarias para cumplir con los fines y objetivos del Departamento de Registro y Estadística de la Universidad.
Auditor	Trabajo de decisión superior que consiste en planificar, dirigir, coordinar, supervisar y controlar el trabajo que realiza personal profesional, técnico y administrativo en labores de auditoría, en cumplimiento de leyes fiscales y disposiciones legales internas de la Universidad.

Jefe de archivo General	Trabajo de dirección que consiste en planificar, organizar, coordinar, dirigir y controlar la ejecución de tareas que realiza el personal del Archivo General de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
Secretaria Ejecutiva	Trabajo de oficina que consiste en asistir al Decano, Secretario de Facultad o a un Director General, en la ejecución de labores de gran responsabilidad y confidencialidad, eventualmente realiza otras tareas de administración que requieren toma de decisiones, de acuerdo con normas y procedimientos de trabajo establecidos.
Secretaria	Trabajo de oficina que consiste en realizar tareas secretariales de alguna variedad y dificultad en una unidad pequeña o auxiliar a una secretaria de mayor jerarquía. Sigue instrucciones precisas, debe mantener relaciones cordiales con el público y observar buena presentación.
Estadígrafo	Trabajo técnico que consiste en analizar e interpretar datos estadísticos complejos y/o supervisar personal subalterno dedicado a labores similares de menor complejidad.
Auxiliar de Registro I	Trabajo de oficina que consiste en realizar tareas auxiliares de registro de documentos y trámites relacionados con inscripción, Calificaciones y movimiento de estudiantes del Centro Universitario de Occidente de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
Auxiliar de Registro II	Trabajo de oficina que consiste en realizar tareas de registro de documentos y trámites relacionados con inscripción, movimiento y calificaciones de estudiantes de la Universidad.

Tabla 1: Descripción de los actores internos del Departamento de Registro y Estadística

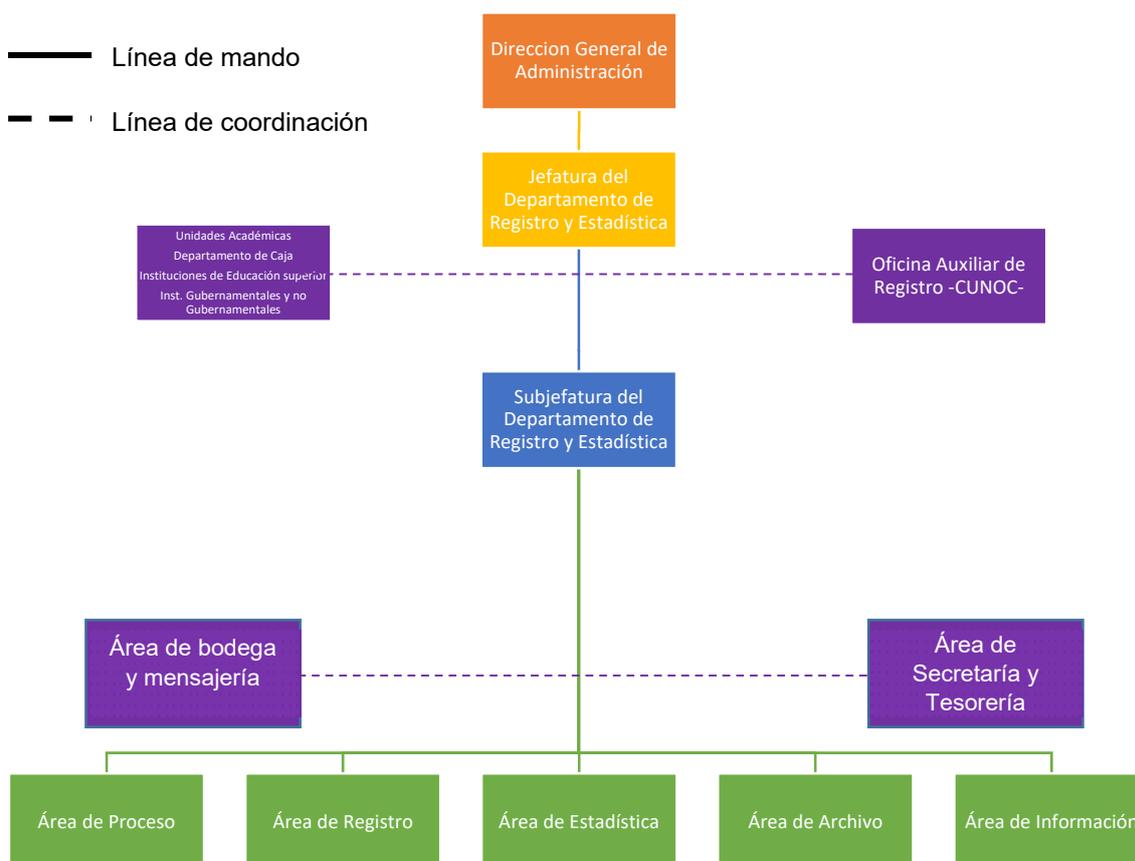
Actores Externos	
Facultades	Entablar flujo de información para establecer fechas, procedimientos e interacción que los estudiantes necesitan para elaborar distintos procedimientos que el estudiante debe realizar.
Tesorería Universitaria	Establecen un adecuado control del pago de matrícula, derechos de exámenes y demás tasas universitarias, con el propósito de lograr el cumplimiento de las obligaciones económicas de los estudiantes y profesionales con la Universidad.
Departamento de Bienestar Estudiantil	Coordinan los programas de exámenes de dicho Departamento con las fechas señaladas para efectuar la matrícula universitaria, así también para lograr una mejor integración de los estudios que se realicen
Departamentos Administrativos de la USAC	Establecer los parámetros estudiantiles y el apoyo para realizar los distintos trámites que se realizan durante la vida estudiantil de los sancarlistas.
Población estudiantil - Primer ingreso-	Provee información a todo estudiante de primer ingreso, así como, es la figura encargada de girar el carné de los estudiantes nuevos.
Población Estudiantil	Provee información a todo estudiante activo o que ha finalizado sus estudios para obtener cierres de pensum y matrícula estudiantil, al mismo tiempo, se encarga de registrar y archivar la papelería de cada estudiante. Además, se encarga del procedimiento de título en todos los niveles, pregrado, grado y posgrado.

Dirección de Orientación Vocacional del Ministerio de Educación	<p>Establecer la coordinación de las actividades previas de la matrícula universitaria, y de suministrar la información necesaria a los estudiantes que deseen ingresar a la Universidad.</p> <p>También se encargará de obtener la información sobre planes de estudio y programas de educación secundaria, relacionada con los títulos y diplomas que acepte la Universidad para el ingreso de estudiantes.</p>
--	---

Tabla 2: Descripción de actores externos del Departamento de Registro y Estadística.

1.7. Organigrama

Existen tres versiones de organigrama. El que se presenta a continuación es el primer organigrama del Departamento, aprobado por la División de Desarrollo Organizacional -DDO-, además se basa en las Normas y Reglamentos de Registro y Estadística.



Esquema 1: Organigrama del Departamento de Registro y Estadística basado en el reglamento aprobado en 1962. Elaboración basado en copia original.

El organigrama dos fue aprobado en el 2006 por la DDO, a pesar de establecer los niveles de organización, no describe las funciones de los puestos (Ver anexo 1). Finalmente, existe una nueva propuesta realizada en el 2008 donde se establece una nueva organización, sin embargo, se aleja de la realidad operativa de la organización, aunque está en proyecto una nueva versión, los tiempos para

aprobación son bastante largos, lo que no permite un pleno desarrollo en este componente organizacional.

1.8. Perfil de los trabajadores

Jefe de Registro y Estadística	<p>a. Personal Externo</p> <p>Licenciatura en una de las carreras de Ciencias Económicas o Ingeniería y tres años en el ejercicio de la profesión, que incluya supervisión de recurso humano.</p> <p>b. Personal Interno</p> <p>Título universitario en el grado de Licenciado y cuatro años en el ejercicio de la profesión, que incluya supervisión de recurso humano.</p>
Subjefe de Registro y Estadística	<p>a. Personal Externo</p> <p>Licenciatura en Ingeniería, Administración de Empresas, Economía o Auditoría, conocimientos generales de estudios de estadística impartidos por instituciones tecnológicas del país y cuatro años en labores relativas al área de estadística, con supervisión de recurso humano.</p> <p>b. Personal Interno</p> <p>Licenciatura en Ingeniería, Administración de Empresas, Economía o Auditoría y cinco años en labores relativas a puestos del área de estadística.</p>
Auditor	<p>Contador Público y Auditor y cinco años en el ejercicio de la profesión, que incluya supervisión de recurso humano profesional y técnico.</p>
Jefe de archivo General	<p>a. Personal Externo</p> <p>Licenciatura en Historia y tres años en labores de archivo y supervisión de recurso humano.</p>

	<p>b. Personal Interno</p> <p>Licenciatura en una de las carreras del área social humanística afín al puesto, con conocimientos de técnicas archivísticas y cuatro años en labores de archivo y supervisión de recurso humano. En ambos casos ser colegiado activo.</p>
Secretaria Ejecutiva	<p>a. Personal Externo</p> <p>Secretaria Bilingüe u otra carrera afín al campo secretarial, amplios conocimientos de computación, un año de estudios universitarios y tres años en la ejecución de labores ejecutivas secretariales de gran responsabilidad, que incluya supervisión de recurso humano.</p> <p>b. Personal Interno</p> <p>Secretaria Bilingüe u otra carrera afín en el campo secretarial, amplios conocimientos de computación y cuatro años en la ejecución de labores ejecutivas secretariales de gran responsabilidad, que incluya supervisión de recurso humano.</p>
Secretaria	<p>a. Personal Externo</p> <p>Secretaria Bilingüe, Secretaria Comercial y Oficinista u otra carrera afín al campo secretarial, conocimientos básicos de computación y un año en la ejecución de labores de oficina.</p> <p>b. Personal Interno</p> <p>Secretaria Bilingüe, Secretaria Comercial y Oficinista u otra carrera afín al campo secretarial, conocimientos básicos de computación y seis meses en la ejecución de labores de oficina.</p>
Estadígrafo	<p>a. Personal Externo</p>

	<p>Cuatro años en una carrera universitaria de las Ciencias Económicas o Ingeniería y dos años en labores de diseño de investigación, recolección y tabulación de datos estadísticos.</p> <p>b. Personal Interno Título de enseñanza media, acreditar especialización en estadística y tres años como Auxiliar de Estadígrafo.</p>
Auxiliar de Registro I	<p>a. Personal Externo Título de nivel medio con especialidad en computación y un año en labores relacionadas con recepción, revisión y control de documentos.</p> <p>b. Personal Interno Título de nivel medio, conocimientos de computación y dos años en labores relacionadas con recepción, revisión y control de documentos.</p>
Auxiliar de Registro II	<p>a. Personal Externo Un año de estudios universitarios, conocimiento de técnicas de oficina y computación y dos años en labores de oficina.</p> <p>b. Personal Interno Título de nivel medio, conocimientos de técnicas de oficina y computación y tres años en labores de oficina.</p>

Tabla 3: Perfil de colaboradores del Departamento de Registro y Estadística.

Capítulo 2: Fundamentos Epistemológicos

2.1. La comunicación

Según la RAE (2016), la comunicación es “1. hacer a una persona partícipe de lo que se tiene; 2. descubrir, manifestar o hacer saber a alguien algo; y 3. transmitir señales mediante un código común al emisor y al receptor”.

El acto de comunicar es un acto más complejo que la sencilla transmisión de información, es una acción realizada por entes psicobiosociales, como lo son los seres humanos, por lo que todo acto cuanto realiza tiene elementos de comunicación, sin mediar palabra es capaz transmitir mensajes y quienes están a su alrededor son capaces de comprenderlos.

La comunicación es “un fenómeno de interacción social” (Interiano, Semiología y Comunicación, 2006, pág. 9), donde las personas se ponen en contacto con otras personas, a partir de donde se crean relaciones que permiten el “funcionamiento social, el poder, el conocimiento, la política, la democracia, la economía, las tecnologías, las psiquis” (Schnaider, Zarowsky, & Llamazares, 2005, pág. 4).

La comunicación es un componente clave para el desarrollo social, debido a que “sostiene y anima la vida, es motor y expresión de la actividad social de la civilización, es la fuente común de la cual se toman las ideas, fortalece el sentimiento de pertenencia y vincula a seres humanos en sus aspiraciones más nobles de una vida mejor” (Civil, 2012, pág. 15).

2.2. Funciones de la Comunicación

A partir de la corriente funcionalista se establecieron 7 funciones principales de la comunicación, tomando de referencia a Carlos Interiano y su libro Elementos de Persuasión (2006).

- **Función referencial o cognoscitiva**

Es la orientada al contexto o referente. Transmite contenidos objetivos referidos a la realidad extralingüística. Está libre de subjetividad. Entonación neutra, modo indicativo, ausencia de adjetivación valorativa, léxico denotativo. Aparece en estado puro en el lenguaje científico.

- **Función emotiva o expresiva**

Se centra en el emisor, y muestra la actitud de éste hacia el objeto o persona de quien habla, expresa sentimientos y emociones sean reales o fingidas. Permite inferir la subjetividad del hablante, su estado emocional. Son propias las interjecciones, el énfasis en la entonación, las interrupciones, la alteración del orden de las palabras, las exclamaciones, elementos emotivos de todo tipo (diminutivos, aumentativos, despectivos), adjetivos valorativos, términos connotativos y modo subjuntivo optativo. Lenguaje coloquial, literario con frecuencia y en periodismo de opinión.

- **Función connotativa o conmitiva**

Se enfoca en receptor, es imperativa; es un tipo de mensaje que utiliza recursos gráficos o audiovisuales, su propósito es llamar la atención, enfatizar en lo que se debe recordar o tomar en cuenta.

- **Función fáctica o de implicación**

Está orientada al canal. La finalidad es establecer, prolongar o interrumpir la comunicación, o bien comprobar si existe "contacto". Su contenido informativo es nulo o escaso, de alta redundancia y previsibilidad en determinadas ocasiones.

La charla intrascendente sobre el tiempo, la salud y otros tópicos son función fáctica. No se pretende intercambiar información sino mostrar la buena disposición mutua.

- **Función Poética o estética**

Esta función le brinda mucha importancia al mensaje en sí. Se aplican los principios especiales de estilística semiótica, ya que una obra pictórica, una escultura, un poema o una obra literaria, son observados o leídos y el mensaje lo da el mismo objeto por lo que pueda transmitir.

Aparece siempre que la expresión atrae la atención sobre su forma. En sentido técnico, posee una elevada información. Constante en lenguaje publicitario. Cualquier manifestación en la que se utilice a propósito el lenguaje con propósito estético o chocante. Sus recursos son variadísimos, todas las figuras estilísticas y juegos de palabras.

- **Función metalingüística**

Está centrada en el código que hace comprensible el mensaje. Por medio del lenguaje es posible hacer una explicación del lenguaje mismo (Metalenguaje).

2.3. La comunicación en la organización

Debido a que la comunicación es “el elemento esencial para hacer posible el flujo de mensajes entre los individuos y el aparato productivo de la sociedad” (Interiano, Semiología y Comunicación, 2006) es un acto necesario en el desarrollo empresarial e institucional de las organizaciones. Por otra parte, facilita y agiliza el flujo de información de los mensajes que se dan a los colaboradores o participantes de las instituciones, públicas o privadas, el fin último es “influir en las opiniones, actitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización” (Robledo, 2012).

La comunicación organización coadyuva en la administración de los recursos institucionales, ya que “es necesaria para funcionar de manera efectiva, tanto en el interior de una organización como al tratar con el mundo exterior”. (Joseph, 2016).

Además, la comunicación tiene un rol importante en el desarrollo organizacional, en los hábitos que existan en las personas que forman parte de la misma, por eso “en las organizaciones puede ser considerada como un sistema nervioso central que actúa coordinadamente entre la organización y el entorno, que articula los mensajes, las relaciones y genera las interacciones”. (Alcorta & Mantinian, 2004).

Es una “herramienta de trabajo que permite el movimiento de la información en las organizaciones para relacionar las necesidades e intereses de ésta, con los de su personal y con la sociedad. Nos permite conocer al recurso humano y evaluar su desempeño y productividad, a través de entrevistas y recorridos por las diversas áreas de trabajo”. (Hernández, 2013).

En las organizaciones, la comunicación está “inmersa en los servicios de atención al cliente y es una herramienta básica para que la relación cliente – empresa sea firme y duradera. Por la naturaleza del estudio nos lleva a revisar lo referente a la comunicación organizacional. Sabemos que la comunicación en las organizaciones se da en dos vertientes: interna y externa”. (Aguilar, 2008)

Por otro lado, la CO es la “coordinación de las actividades para alcanzar los objetivos propuestos. Además, orienta las conductas individuales y establece relaciones interpersonales funcionales hacia el logro de una meta común, tanto en el interior de la organización como en su relación con el exterior”. (Alonso, 2012)

2.4. Teorías

2.4.1 Teoría de la cultura organizacional

La cultura es un concepto analizado y estudiado desde hace muchos años por los antropólogos culturales, que han desarrollado diversas teorías de variada complejidad.

Algunas consideran la cultura como parte integrante del sistema sociocultural. Otros la ven como un sistema de ideas, mental y subconsciente (Allaire y Firsirotu, 1992, p. 5). Estos estudios destacaron los aspectos de la cultura de una sociedad y sus efectos sobre el comportamiento, pero poco se ocuparon de las características culturales de las organizaciones

Este enfoque desarrollado, por Geertz (1973), Pacanowsky, O`Donnel-Trujilla (1983) describe a las organizaciones como poseedores de su propia cultura. Lo que implica que los significados sobre el entorno laboral y el trabajo son compartidos entre los empleados. (Fernández & Galguera , Teoría de la Comunicación, 2009, pág. 69).

Dicha teoría se fundamenta en que los 1. miembros generan y desarrollan un sentido compartido de la realidad de la organización. 2.El uso y la interpretación de símbolos para captar la cultura de la organización. 3. Las culturas y la interpretación de las acciones cambian según la organización.

2.4.2 Teoría semiótica

El estudio de los signos, conforman una importante tradición de pensamiento dentro d las teorías de la comunicación. “La teoría semiótica incluye una multitud de teorías acerca de cómo los signos vienen a representar objetos, ideas, estados, situaciones, sentimientos y condiciones”. (Fernández & Galguera, Teorías de la Comunicación, 2009)

La semiótica es la ciencia que estudia los signos que las personas ponen en práctica en su diario vivir para poder comunicarse en cierto contexto, lo que hace referencia a que estudia los procesos de comunicación y significación dentro de una sociedad o cultura en específico.

Velásquez manifiesta que la semiótica “se ocupa de todos los sistemas de signos y de todos los aspectos de la realidad que pueden transmitir mensajes” (2006, pág. 12). El signo, es la “interpretación de la realidad representada” (Zecchetto, 2002). Cada objeto de la vida real provee elementos singulares que caracterizan la idea y la materia por la que es formada el signo, esto para ser comunicado y al mismo tiempo comprendido.

(Peirce) Menciona que “el signo está en lugar de algo, su objeto. Está en lugar de ese objeto, no en todos sus aspectos, sino sólo con referencia a una suerte de idea”, porque el ser humano no utiliza los objetos para comunicarse, sino representaciones mentales basadas en sus características.

El signo lingüístico es la “reunión del significante y del significado, donde resalta la imagen acústica y el concepto” (Greimas & Courtes, 1984). Todo signo posee una parte perceptible, capaz de distinguirse a través de los sentidos, y una parte intangible, que únicamente aparece en la mente como un concepto o idea.

El signo es el elemento más pequeño dentro del proceso de semiosis, es decir, en el procedimiento que las personas utilizan cada vez que se percibe un objeto y se piensa como un concepto en la mente. En cada oportunidad, antes de comunicarse, se realiza un proceso parecido, donde, cada objeto es traducida en materia dispuesta a ser comunicada y comprendida por las personas en su propio contexto.

2.4.3 Teoría de la burocracia

Dicha teoría tiene como fundamento la teoría weberiana, en la que se enfatiza en la eficiencia técnica y la jerarquía, establece a la organización como un todo, dirigida en estructuras de poder y patrones de comportamiento dentro de la misma. (Petrella, 2007). Por lo tanto, se evidencia que “burocracia” no se trata de los procesos engorrosos y exhaustivos que retrasan las actividades dentro de una organización.

Esta teoría resguardó una organización caracterizada por la división del trabajo, la jerarquía, reglas no obstante estas prácticas ya no son al azar o de forma tradicional su fundamento está en la autoridad carismática y racional legal; los subordinados ven justificable la autoridad producto de un conjunto de normas válida. (Guasch Estévez, 2009).

2.4.4 Teoría de las relaciones humanas

La teoría de las relaciones humanas (también denominada escuela humanística de la administración), desarrollada por Elton Mayo y sus colaboradores, surgió en los Estados Unidos como consecuencia inmediata de los resultados obtenidos en el experimento de Hawthorne. Fue básicamente un movimiento de reacción y de oposición a la teoría clásica de la administración.

Dicha Teoría pone énfasis en la tarea y de la visión del proceso administrativo de Henry Fayol que se enfoca en la estructura organizacional; da énfasis a la persona que es trabajador y participe de las organizaciones. (Chiavenato, 2005).

Además, se centra en la necesidad de humanizar y democratizar la administración, por eso se dice que se fundamentan en las relaciones humanas, el ser humano recobra su valor, primero como persona y luego como ente colaborador de la organización.

2.4.5 Sociedad de la Información

“La tecnología es la que nos maneja, antes éramos nosotros los que la manejábamos”, sentencia Kerckhove Derrick en una entrevista para Mundo Empresarial, disponible en <https://prezi.com/8d-jh6jerfie/la-piel-de-la-cultura-investigando-la-nueva-realidad-electronica-ciberespacio/>.

Derrick agrega que las nuevas tecnologías han cambiado las formas de pensar, actuar incluso de sentir. Para Derrick la transformación del mundo análogo se encuentran fundamentalmente en la electricidad, en el telégrafo. Al hablar de sociedad del conocimiento (o de la información), se refiere a la conformación del nuevo paradigma tecnológico, el cual su concreción máxima se encuentra en el internet. (Vega Almeida, 2007).

Las TIC contribuyen al fenómeno de la sociedad de la información y poder entenderlas significará entender la sociedad de la información y su evolución. (Blázquez Entonado, 2001, pág. 18) Citando a bueno (1996) escribe: “Cultura oral, cultura escrita, cultura impresa y cultura electrónica, son términos que expresan la fase de la historia de la civilización caracterizadas esencialmente por el vehículo de difusión”

La sociedad de la información tiene su configuración en función del conocimiento de los individuos, organizaciones y culturas expresadas en dos dimensiones, que son filosófica y tecnológica, es decir, el progreso y desarrollo de ciencias y tecnologías que concretan el fenómeno de informatización, que es la relación entre información, tecnología y comunicación, plasmado en un entorno de red, social, digital e interpretativo (Vega Almeida, 2007).

2.4.6 Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación

Para profundizar en las nuevas tecnologías de la información y comunicación –TIC- es necesario abordar una definición que vislumbre los principales conceptos para su descripción y explicación.

(Belloch, 2012) define: “En líneas generales podríamos decir que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación son las que giran en torno a tres medios básicos: la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones; pero que giran no sólo de forma aislada, sino lo que es más significativo de manera interactiva e interconexiónadas, lo que permite conseguir nuevas realidades comunicativas”

En esta misma línea (Castells, 1997, pág. 56) establece su percepción de tecnología y tecnologías de la información. En la primera el autor menciona “Por tecnología entiendo (...) el uso del conocimiento científico para especificar modos de hacer cosas de una manera reproducible” por aparte el autor menciona “Entre las tecnologías de la información incluyó, como todo el mundo, el conjunto convergente de tecnologías de la microelectrónica, la informática (máquinas y software), las telecomunicaciones (...)”

El autor antes mencionado hace referencia a la revolución tecnológica, centrada en torno a la tecnología de la información la cual según plantea el autor originan un amplio despliegue de comunidades virtuales, a partir de ello consolida la idea de vivir ya, en un mundo digital.

2.4.7 Teoría de la comunicación digital.

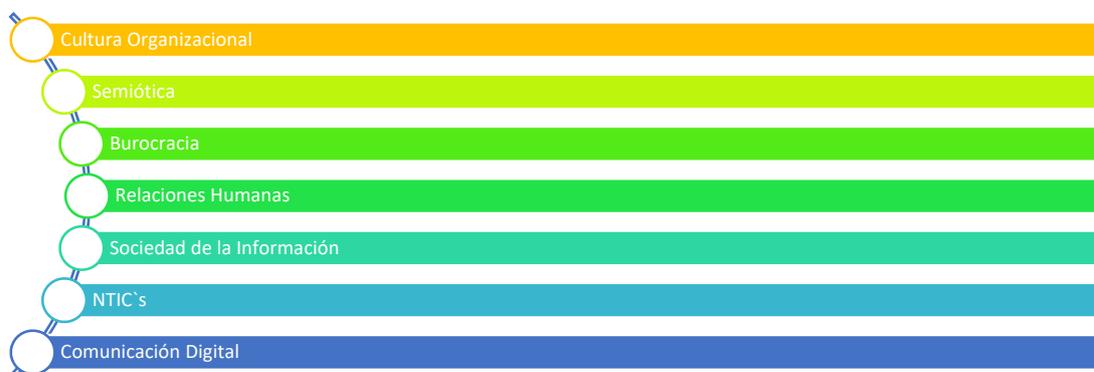
La vertiginosa aparición y expansión de las nuevas tecnologías de la información y comunicación se ha transformado las formas mediáticas de transmisión. (Scolari, 2008) en relación al surgimiento de las TIC acuña el término de “comunicación

digital interactiva” refiriéndose a las virtudes de interacción que éstas ofrecen, como la innovación y colaboración de usuarios, por ejemplo.

Scolari antes citado parte que es complicado ya, abordar el estudio de las TIC, desde las teorías tradicionales de comunicación de masas y por ende en su libro resalta la importancia de recurrir a la construcción de nuevas herramientas teóricas que permitan la comprensión de la realidad virtual actual. No obstante, Hipermediaciones el libro publicado del autor, no establece una teoría sino por el contrario establece algunos elementos claves determinantes de las TIC y se dedica a la exclusión de elementos que según él es necesario sintetizar para concretizar en un estudio sobre las TIC.

2.4.8 Resumen de Teorías

A continuación, una representación gráfica del conocimiento científico utilizada como basamento teórico para el Diagnóstico y estrategia de comunicación organización interna y externa del Departamento de Registro y Estadística de La Universidad de San Carlos de Guatemala.



Esquema 2: teorías que utilizadas en el estudio.

Capítulo 3: Metodología

3.1. Tipo de investigación

3.1.1 Según los objetivos de la investigación

Investigación Descriptiva

(Calduch Cervera, 1998, pág. 24) manifiesta que la investigación descriptiva consiste en realizar una exposición narrativa, numérica y/o gráfica, lo más detallada y exhaustiva posible de la realidad que se investiga.

Su objetivo principal, es relatar una situación lo más específico posible, exponiendo sus propiedades o características, dimensiones formas y relaciones observables. (Piloña Ortiz, 2008, pág. 11)

Hecho que se realizará con los componentes participantes de los procesos de comunicación interna y externa, describiendo los elementos que le conforman, exponiendo sus características y definiendo con base a la misma a sus características particulares.

(Arnal y otros, 1994) se refieren a la investigación descriptiva a la que estudia fenómenos tal y como aparecen en el presente, en el momento de realizar la investigación.

3.1.2 Según la naturaleza de las fuentes

Investigación de campo

Dicha investigación se aplica a las fuentes primarias. En el caso concreto se asistirá al Departamento de Registro y Estadística, donde se informará de primera mano de los procesos, comportamientos y necesidades comunicacionales de la institución.

En este tipo de estudio “es necesario acudir al lugar donde ocurre el fenómeno para observarlo, describirlo y analizarlo [...] para establecer las variables de causa y efecto, para recolectar la información pertinente. (Piloña Ortiz, 2008, pág. 46).

Investigación bibliográfica

La consulta de material impreso o digital aportará información necesaria del aspecto formal, legal y procedimental de la institución, por lo que es conveniente indicar que se “basa en fuentes secundarias como textos, documentos”, manuales y conocimientos previos ya publicados, conocidos o establecidos. (Piloña Ortiz, 2008, pág. 50)

3.1.3 Según el tipo de datos:

Investigación mixta (cualitativa/cuantitativa)

Dicho enfoque realiza una mezcla entre los datos cuantitativos y cualitativos, permitiendo realizar recolectar información con una realidad más compleja. “Es un proceso que analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio, en una serie de Se usan métodos de los enfoques cuantitativo y cualitativo y pueden involucrar la conversión de datos cualitativos en cuantitativos y viceversa”. (Distancia, s.f.).

Se relaciona con el concepto de triangulación. “La triangulación es el análisis de un fenómeno por diferentes vías y abordajes; es complementaria en el sentido de que una misma investigación mezcla diferentes facetas del fenómeno de estudio. Dicha unión o integración suma profundidad a un estudio y se logra una perspectiva más integral de lo que estamos investigando”. (Gómez, 2006, pág. 72)

Se utilizó este enfoque debido a la cantidad de variables que se involucran en el proceso de investigación, esto permitirá que la investigación sea holística e integral. Realizará un aporte utilizando las “ventajas de ambos enfoques, las ventajas de cuantificar los datos y los aspectos cualitativos del fenómeno.”. (Piloña Ortiz, 2008, pág. 51).

3.2. Objetivos

3.2.1 Objetivo General

Diagnosticar la comunicación organizacional interna y externa del Departamento de Registro y Estadística de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

3.2.2 Objetivos Específicos

3.2.2.1 Objetivos de la Comunicación Interna

Describir la situación actual de la identidad corporativa del Departamento de Registro y Estadística.

Enumerar a los participantes del proceso de comunicación interna del Departamento de Registro y Estadística.

3.2.2.2 Objetivos de Comunicación externa

Describir la situación actual de la imagen corporativa del Departamento de Registro y Estadística.

Evaluar la línea gráfica y los mensajes del Departamento de Registro y Estadística.

3.2.2.3 Objetivos de Comunicación Mixta (Interna y externa)

Determinar los canales de comunicación interna y externa del Departamento de Registro y Estadística.

Definir los problemas de comunicación interna y externa del Departamento de registro y Estadística.

Establecer los canales de comunicación interna y externa del Departamento de Registro y Estadística.

Sugerir un plan de comunicación que establezca mensajes de comunicación interna y externa del Departamento de Registro y Estadística

3.3. Técnica

3.3.1 Observación Participante:

Sierra y Bravo (1984), la define como: “la inspección y estudio realizado por el investigador, mediante el empleo de sus propios sentidos, con o sin ayuda de aparatos técnicos, de las cosas o hechos de interés social, tal como son o tienen lugar espontáneamente”.

Van Dalen y Meyer (1981) “consideran que la observación juega un papel muy importante en toda investigación porque le proporciona uno de sus elementos fundamentales; los hechos”.

3.3.2 Recopilación bibliográfica:

Recopilación científica de las fuentes bibliográficas que apoyaron y sustentaron esta investigación ya que se recopila la información necesaria para enunciar y fundamentar las teorías que sustentan el estudio de los fenómenos y procesos. Además de utilizar fichas bibliográficas para recopilar la información que se ha recabado.

3.3.3 Encuesta

Es una técnica que permite la obtención de datos e información suministrada por un grupo de personas, sobre si mismos o con relación a un tema o asunto en particular, que interesan a la investigación planteada.

3.3.4 Entrevista

Técnica orientada a obtener información de forma oral y personalizada sobre acontecimientos vividos y aspectos subjetivos de los informantes en relación a la situación que se está estudiando.

3.4. Instrumentos

Los instrumentos deben pasar por una fase de aprobación, la cual se obtuvo el jueves 23 de junio por parte del Jefe (Dr. Luis Felipe Irías Girón) y el Subjefe (Ing. Sergio Barrios).

Registro y Estadística se encontraba realizando el informe final de una auto evaluación que se puso en marcha dentro del departamento, está a cargo de una comisión formada por miembros de colaboradores o actores clave de la institución. Es importante recalcar que estos instrumentos se encuentran siendo evaluados por dicha comisión para brindar otra perspectiva al estudio, además de cruzar datos obtenidos en ambos procesos de investigación.

Además, se procedió a dividir, por fines prácticos, las comunicaciones en: interna (procesos eminentemente internos de la institución) externa (procesos de comunicación externa) y mixta (procesos de comunicación que relacionan lo interno-externo o que pueden ser utilizados indistintamente para la evaluación de las dos anteriores).

Finalmente, se elaboró un plan de acción de instrumentos, que permitirá mostrar gráficamente su ejecución y los actores a los que está dirigido.

3.5. Fuentes

3.5.1 Primarias

Primarias	
Nombre	Descripción
Sujeto Jefatura	Categoría que denomina a los encargados de área, las máximas autoridades del Departamento de Registro y Estadística, el jefe y sub jefe, ya que son las personas que tienen a cargo la máxima cantidad de colaboradores.
Sujeto Encargado	Categoría que describe a las personas que ocupan el mayor cargo de cada área del Departamento de Registro y Estadística. Son personas que con experiencias que tiene bastante tiempo dentro de la institución, por lo tanto, conocen los procesos que la han llevado a donde está en la actualidad.
Sujeto responsable	Personas de media trayectoria, con conocimiento de la institución, tienen un papel de generadores, ya que son los responsables de entablar relaciones comunicativas entre los creadores del contenido y los públicos internos y externos.
Sujeto colaborador	Personas que laboran en el Departamento de Registro y Estadísticas, en las distintas áreas internas y externas de dicha institución. Forman parte de los dos turnos de RYE, de 7:30 a 15:30 horas y de 15:30 a 19:30 horas.
Sujeto inter	Personas que laboran para la Universidad de San Carlos de Guatemala, que tienen algún tipo de relación con el Departamento de Registro y estadística, se entablan relaciones inter institucionales.
Sujeto externo	Población estudiantil de la Universidad de San Carlos de Guatemala, estudiantes de ingreso, reingreso y postgrado que necesitan realizar trámites administrativos o de admisión.

Tabla 4: fuentes primarias de consulta.

3.5.2 Secundarias

Secundarias	
Nombre	Descripción
Fuentes Bibliográficas	Documentación acerca del Departamento de Registro y Estadística, tesis, manuales de procedimientos.
Medios digitales	Evaluación sobre los medios digitales que posee el Departamento de Registro y Estadística, para conocer su alcance e impacto en los públicos de la institución.

Tabla 5: fuentes secundarias de consulta.

3.6. Población y Muestra

3.6.1 Comunicación Interna

Para la realización del Diagnóstico de Comunicación Interna se cuenta con una población de 90 trabajadores, lo que se reparten en 9 secciones de trabajo. Además, se dispones de los 90 colaboradores en dos jornadas, que van de 7:30 a 15:30 horas y de 11:30 a 19:30 horas.

3.6.2 Comunicación Externa

Según datos de la Sección de Estadística del Departamento de Registro y Estadística, en el período anual de 2015 se atendieron a 201,592 estudiantes (primer ingreso y reingreso) de las distintas unidades académicas y centros regionales del país.

3.6.3 Muestra

Con respecto a la muestra de comunicación interna, se utilizará a la población completa, para dar fiabilidad a los datos.

En cuanto a la comunicación interna, la recolección de datos de realiza con el 100% de la población.

En cuanto a la comunicación externa, se basa en un dato del año 2015, donde se atendieron 201,592. A través de una muestra probabilística, con un margen de error del 5% da como resultado una muestra de 383 personas encuestadas.

N	201592		
p	0.5		
Z	1.96		
e	0.05		
q	0.5		

TAMAÑO DE LA MUESTRA
383

Donde: N es la población. p es la prevalencia esperada. Z coeficiente de confianza (tabla de gauss). E es el nivel de confianza (95%).

3.7. Método de Análisis

En una primera fase, se realizó una investigación bibliográfica con los trabajos investigados o propuestos acerca del Departamento de Registro y Estadística. Además, se tuvo acercamiento con los colaboradores, las instalaciones, autoridades y canales utilizados.

En una segunda fase, se procedió a verificar y autenticar los datos recogidos, al mismo tiempo se obtuvieron datos cualitativos a través de las entrevistas realizadas a actores clave dentro de RYE y se realizó la recolección de la opinión y datos estadísticos.

En la fase tres, se analizaron los datos recolectados, a través de diagramas de flujo que expliquen los procesos, cuadros estadísticos y gráficas que mostraron los datos cualitativos, para finalmente analizar los datos cualitativos a través de matrices que permitieron sintetizar lo recolectado.

Ambas fases, fueron la sustentación para realizar el análisis acerca de la comunicación interna y externa de la institución, que simultáneamente permitieron identificar los problemas que subyacen en el diario quehacer del Departamento de Registro y Estadística.

En la fase final, se estudiaron los problemas identificados en los procesos de comunicación, y se propusieron soluciones que permitan mejorar el flujo de información interrumpido.

Capítulo 4: Diagnóstico de Comunicación Interna

4.1. Comunicación Interna

La comunicación interna incluye los procesos y canales que se utilizan dentro de una institución, pública o privada, para comunicarse con los colaboradores de la misma. Maximizar dicha comunicación permitirá un flujo de información más eficiente y eficaz, además de verse reflejada en la comunicación externa.

La comunicación interna se define como el “conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales. (Castillo, 2010, pág. 120).

Es importante mencionar, que el organigrama de la organización evidencia gráficamente, pero a primera vista, el flujo de información que se detallara dentro de la institución, por lo tanto, es importante tenerlo, además de que los colaboradores conozcan a las personas a las que deben asistir para cualquier situación que se presente.

4.2. Comunicación Vertical

La comunicación vertical “se desarrolla siguiendo un orden de arriba hacia abajo o viceversa, es decir, son los flujos de mensajes que tienen lugar entre jefes y empleados y entre éstos y sus jefes” (Interiano, 2006, pág. 58).

Dicha comunicación se evidencia en la relación de los altos mandos, en el caso concreto jefatura/sub jefatura, con los encargados de área y los colaboradores del último nivel en el organigrama de la institución. Puede darse de dos formas:

4.2.1 Descendente

Para (Castillo) es aquel tipo de comunicación que se dirige hacia los subordinados en la jerarquía organizativa. Por otro lado, también es la “comunicación que fluye de un nivel del grupo u organización a un nivel más bajo. Es el utilizado por los líderes

de grupos y gerentes para asignar tareas, metas, dar a conocer problemas que necesitan atención, proporcionar instrucciones”. (Mi Espacio, s.f.).

4.2.2 Ascendente

Esta comunicación fluye de los empleados o subordinados hacia la gerencia. Se utiliza para proporcionar retroalimentación a los de arriba, para informarse sobre los progresos, problemas, sobre el sentir de los empleados, cómo se sienten los empleados en sus puestos, con sus compañeros de trabajo y en la organización,

Existe una política de puertas abiertas, con la jefatura y sub jefatura del Departamento de Registro y Estadística, a pesar de eso el 43.1% de colaboradores establece que la comunicación con los alto mandos es efectiva.

Gráfica 1: La comunicación con sus superiores se realiza de manera efectiva:



Elaboración propia en el marco del diagnóstico de comunicación organizacional en el RYE USAC. Guatemala, 2016.

4.3. Comunicación horizontal

Esta comunicación evidencia la relación que existe entre colaboradores de una institución con el mismo rango o nivel dentro de la organización, en el caso del Departamento de Registro y Estadística, donde se evidencia de mejor manera es en el segundo nivel donde se encuentran 7 encargados de área.

Para (Interiano, 2006, pág. 59) es la “comunicación que se verifica entre las personas o empleados que gozan de un mismo nivel jerárquico en una institución o empresa”. Una de las deficiencias detectadas, forma parte de la comunicación

horizontal, ya que uno de los mecanismos para ponerla en práctica son las reuniones, las que no se realizan periódicamente en el Departamento de Registro y

Gráfica 2: La comunicación con sus compañeros área se realiza de manera efectiva:



Estadística. A pesar de ellos el flujo de información detectado es efectivo, el 35.3% respondió que la mayoría de veces lo es, mientras que el 41.2% dijo que siempre es efectiva.

Elaboración propia en el marco del diagnóstico de comunicación organizacional en el RYE USAC. Guatemala, 2016.

4.4. Comunicación circular

“Es la comunicación que se realiza en la empresa o institución con fines no laborales (sociales, culturales o de entretenimiento) entre jefes, empleados y a veces público).” (Interiano, 2006, pág. 60).

Debido al crecimiento poblacional del Departamento de Registro y Estadística, en la jornada diurna, se ha evitado la celebración de cumpleaños, que era una de las actividades representativas de la comunicación circular. Por otro lado, en la jornada nocturna, donde únicamente hay 11 personas, la celebración de cumpleaños es algo que se continúa realizando una vez por mes.



Imagen 3: Actividades del día del padre 2016 en RYE USAC.

Aunque no se celebran todos los cumpleaños, si se realizan

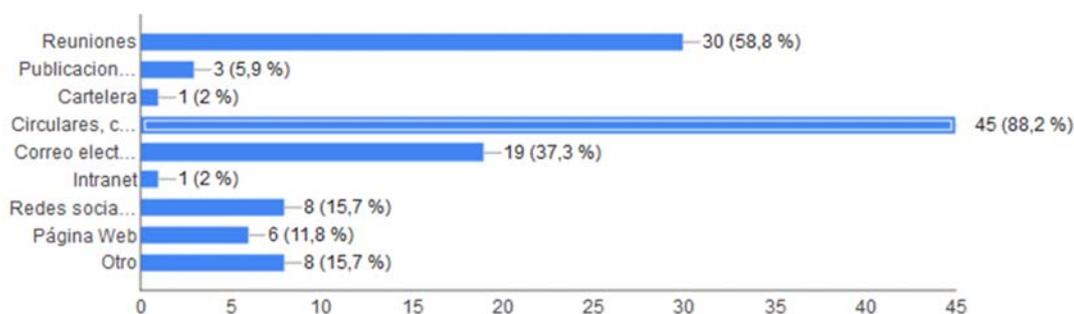
reuniones sobre fechas especiales como el día del padre, de la madre.

Una de las acciones importantes dentro del Departamento de Registro y Estadística es la actividad física, desde hace 18 meses se permite a los colaboradores participar en el torneo de fútbol sala y fútbol 11 de la Universidad de San Carlos de Guatemala, además de participar en el campeonato vespertino realizado en las instalaciones de los Arcos, zona 14.

Dicha actividad ha desarrollado vínculos importantes entre las personas que participan, la convocatoria se hace a nivel general dentro del Departamento, lo que ha brindado la oportunidad al sector masculino, y ha permitido estrechar vínculos extra laborales.

4.5. Medios de comunicación interna

Gráfica 3: ¿Por cuáles canales recibe información del Departamento?



Elaboración propia en el marco del diagnóstico de comunicación organizacional en el RYE USAC. Guatemala, 2016.

En la gráfica anterior se evidencia que el mayor flujo de información se transfiere a través de circulares cartas o memos, el 88.2% indicó que se informaba por esta vía. Mientras que el 58.8% lo hace a través de reuniones. Y, en tercer lugar, el correo electrónico con el 37.3% de la cuota dentro del público interno.

Cartas y oficios: todo procedimiento, cuanto más formal es, más necesario se hace el uso de estos dos medios, ya que son avalados por autoridades dentro y fuera de la institución, es importante mencionar que juegan un rol de información importante, sin embargo, no existen estructuras definidas para el desarrollo e identificación de imagen.

Teléfono: otro medio importante ya que poseen una planta telefónica donde cada área es identificada con una extensión.

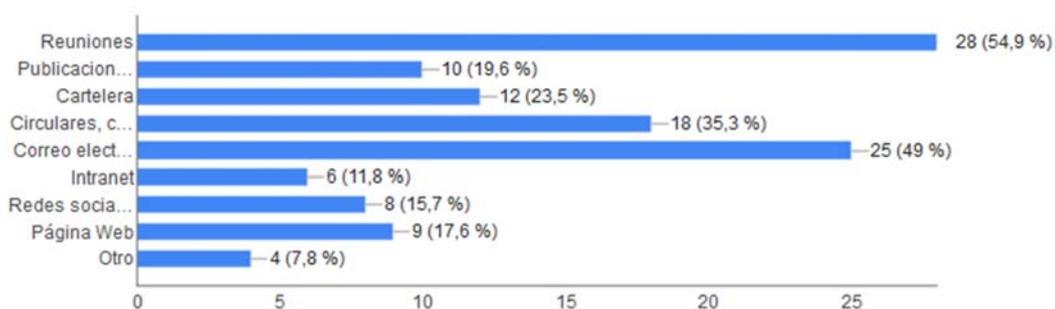
Correo electrónico: en el Departamento se tiene acceso a internet en cada una de las áreas, por lo que el correo electrónico es de fácil acceso, sin embargo, existe resistencia al uso de la tecnología por parte de un grupo de colaboradores que son los de mayor antigüedad dentro de la institución.

Cara a Cara: una de las vías más utilizadas para comunicarse en el Departamento es la comunicación cara a cara, todo el personal atiende cuando se les es requerido, es importante mencionar que es eficiente siempre y cuando no vulnere alguna de las responsabilidades de los colaboradores.

Reuniones: en algunas oportunidades las reuniones se dan en los pasillos y de manera informal, sin embargo, es necesario establecer parámetros temporales y la frecuencia de las mismas.

En la siguiente gráfica es posible evidenciar que a los colaboradores de RYE, les gustaría recibir más información a través de reuniones periódicas, el 54.9% participa en la idea de comunicarse cara a cara a través de las reuniones. Seguidamente, con el 49% se establece como canal de información preferencial el correo electrónico, muchos colaboradores manifestaron el interés de no utilizar tanto papel.

Gráfica 4: ¿Por cuáles canales le gustaría recibir información del Departamento?



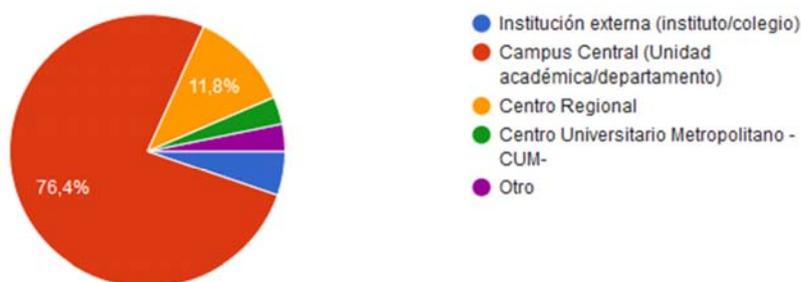
Elaboración propia en el marco del diagnóstico de comunicación organizacional en el RYE USAC. Guatemala, 2016.

Capítulo 5: Diagnóstico de Comunicación Externa

5.1. Comunicación Externa

La comunicación externa incluye todos aquellos procesos, medios y actores que tiene relación con la institución, cuando dicha comunicación se pone en práctica es importante resaltar el entorno relevante, es decir, los públicos a los cuales el departamento impacta o atiende.

Gráfica 5: ¿De dónde visita Registro y Estadística?

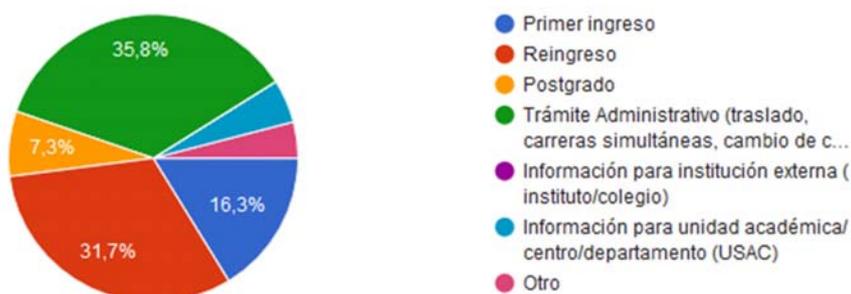


Elaboración propia en el marco del diagnóstico de comunicación organizacional en el RYE USAC. Guatemala, 2016.

A partir de la gráfica es posible inferir, que el 76.4% de la población interesada en el Departamento de Registro y Estadística lo visita como estudiantes o profesionales del Campus Central, mientras que el 11.8% lo realiza de parte de algún Centro Regional.

“El estudio de la comunicación externa podemos ver a la organización como receptora o emisora de información con su entorno. Esto da lugar a la consideración

Gráfica 6: ¿Cuál es el motivo de su visita al Departamento de Registro y Estadística?



de dos actividades interrelacionadas que constituyen la comunicación externa: el envío de información y la búsqueda de la información”. (Castillo, 2010, pág. 104).

Al mismo tiempo se establece, que el 35.8% de los usuarios visitan RyE por trámite de reingreso, mientras que el 31.7% pertenece a la cantidad de usuarios que visitan por trámites de primer ingreso.

5.2. Públicos Externos

5.2.1 Usuarios e instituciones

La información contenida en la clasificación de los públicos y objetivos, se elabora a través de la observación, la información recopilada a través de las encuestas, entrevistas y los datos estadísticos del área de Estadísticas del Departamento de Registro y Estadística.

Tabla 6: usuarios e instituciones que se relacionan con el RYE USAC.

Públicos	Estudiantes	Primer Ingreso	Intermedio Licenciatura Posgrado Incorporados
		Reingreso	Intermedio Licenciatura Posgrado Incorporados
	Instituciones	Internas	Unidades académicas Dependencias Administrativas Centros Regionales Institutos Técnicos
		Externas	Nacionales • Universidades • Establecimientos a Nivel Medio Internacionales • Empresas/ONG's • Universidades • Empresas

Elaboración propia en el marco del diagnóstico de comunicación organizacional en el RYE USAC. Guatemala, 2016.

5.3. Identidad Corporativa

5.2.2 Signos

Existe un desarrollo endeble en cuanto a los signos de la institución, ya que no existe una línea gráfica definida, además cada una de las áreas tiene su propio formato en lo que a imagen se refiere.

Cabe resaltar, que, aunque existe un logotipo que se encuentra en internet, dentro de la institución no es factible encontrarlo, además, es necesario que sea modernizado.

Está elaborado en color azul y blanco, sin embargo, es evidente que no existe un color institucional, ni ningún slogan o signo lingüístico que lo acompañe, lo único que posee el logotipo es la referencia de pertenecer a la USAC.

Se evidenció, que, dentro del público interno, conocer el logotipo que actualmente representa al Departamento de Registro y Estadística, sin embargo, se pudo apreciar que lo conocen, pero que no les es posible trabajar con él, ya que no existe una copia dentro de la institución, al mismo tiempo no existen protocolos de uso.

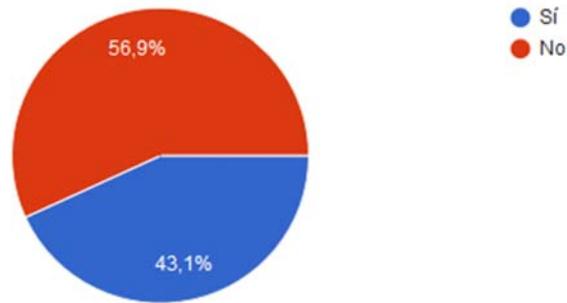
5.4. Realidad corporativa

El Departamento de Registro y Estadística, desde su creación, estableció la misión y la visión que ha dirigido a la institución durante largo tiempo. Sin embargo, se evidencia que no todos los colaboradores tienen el conocimiento de ellos, y si los conocen, no tienen el conocimiento a cabalidad de las mismas.



Imagen 4: logotipo actual del RYE USAC.

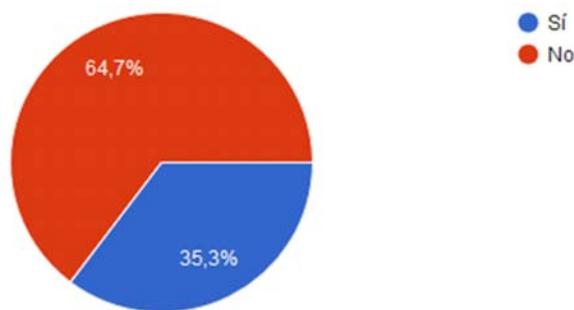
Gráfica 7: ¿Conoce la misión del Departamento de Registro y Estadística?



Elaboración propia en el marco del diagnóstico de comunicación organizacional en el RYE USAC. Guatemala, 2016.

En cuanto a la misión, menos de la mitad, con el 43.1% de los encuestados tiene conocimientos de ella, sin embargo, se evidenció que no la conocen a plenitud, ya que conocen su esencia y los elementos más importantes.

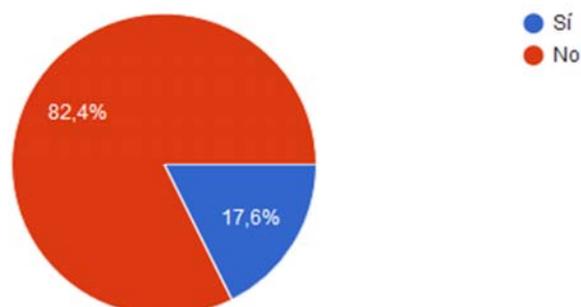
Gráfica 8: ¿Conoce la visión del Departamento de Registro y Estadística?



Elaboración propia en el marco del diagnóstico de comunicación organizacional en el RYE USAC. Guatemala, 2016.

En cuanto a la visión, únicamente el 35.3% de los 51 encuestados tiene conocimiento de la visión, sin embargo, se solicitó que describieran algunas palabras, se colocaron algunas palabras que son parte de la misión.

Gráfica 9: ¿Conoce los valores del Departamento de Registro y Estadística?



Elaboración propia en el marco del diagnóstico de comunicación organizacional en el RYE USAC. Guatemala, 2016.

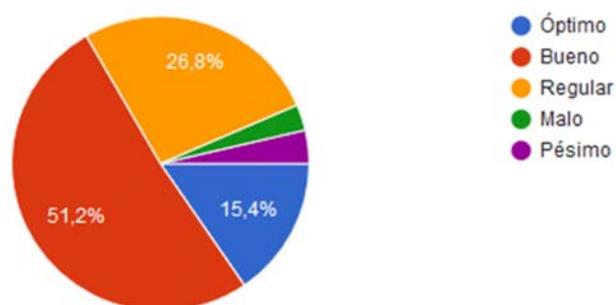
En cuanto a los valores, es importante mencionar que la Universidad de San Carlos de Guatemala, posee un listado de más de 30 valores, donde los categoriza en valores operativos, no son propios del Departamento, pero todas las dependencias de la USAC, optan por tomar estos valores. Por lo que se recalca solo el 17.6% tiene conocimiento de dichos valores.

La importancia de la misión y la visión radica en que permitirán orientar a los colaboradores y autoridades del Departamento de Registro y Estadística para establecer el rumbo de la institución. Además, se recalca, que no existe forma alguna de visualizar estos aspectos en las instalaciones, y tampoco se posee un manual operativo donde se pueda encontrar dicha información.

5.5. Imagen Corporativa

En términos generales, la imagen corporativa evalúa la opinión de los usuarios en cuanto a la institución. En el caso concreto se evaluó la calidad del servicio e información que brinda el Departamento de Registro y Estadística,

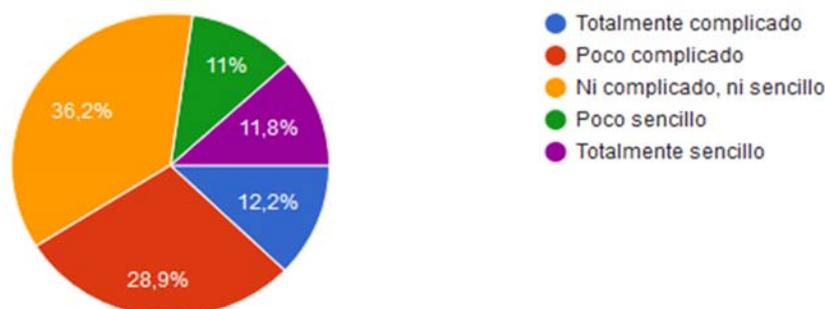
Gráfica 10: ¿Cómo evalúa el servicio del Departamento de Registro y Estadística?



Elaboración propia en el marco del diagnóstico de comunicación organizacional en el RYE USAC. Guatemala, 2016.

En cuanto a la calidad del servicio, se estableció que el 15.4% manifiesta que el servicio es óptimo, el 51.2% lo considera bueno y el 26.8% manifiesta que es regular.

Gráfica 11: Cuando busco información de algún procedimiento que se realiza en Registro y Estadística; encontrar dicha información es:



Elaboración propia en el marco del diagnóstico de comunicación organizacional en el RYE USAC. Guatemala, 2016.

Por otro lado, el 12.2% las personas opinan que encontrar información sobre algún procedimiento es totalmente complicado, el 28.9% opinó que es poco complicado y el 36.2%. Dicho parámetro indica que la información se publica, pero los canales por los que se transmite no son conocidos por todos los usuarios.

Gráfica 12: ¿La información que necesito es totalmente comprensible?



Elaboración propia en el marco del diagnóstico de comunicación organizacional en el RYE USAC. Guatemala, 2016.

Finalmente, es necesario evaluar la calidad del mensaje transmitidos, es decir, facilitar al usuario final el lenguaje, estructuras lingüísticas, semánticas y sintácticas para que sea de fácil comprensión. Únicamente el 27.2% de los encuestados opinó que la información es totalmente comprensible, frente a un 42.3% que manifestó que la mayoría de veces es comprensible y al 26.8% que dijo que algunas veces sí, algunas veces no era totalmente comprensible.

5.6. Comunicación en crisis

Es importante resaltar, que el Departamento de Registro y Estadística, no tiene campos de crisis comunicacionales específicos, es posiblemente una de las temáticas que no se abordan.

No existen protocolos de actuación establecidos en el momento de enfrentar una crisis de comunicación, por la naturaleza del Departamento dichas crisis son enfrentadas o apaliadas por los altos mandos del mismo. La experiencia en algunos de los colaboradores ha aportado y posibilitado que existan maneras alternativas para sucumbir las crisis.

Gráfica 13: Sabe qué hacer en el momento de una crisis de comunicación



Más del 50% de la población desconoce los procedimientos exactos para responder a una crisis de comunicación. Sin embargo, es importante mencionar que las personas saben a quién acudir, inicialmente a los encargados de área y luego a los altos mandos de la institución.

Gráfica 14: ¿Sabe a quién acudir en el momento de una crisis de comunicación?

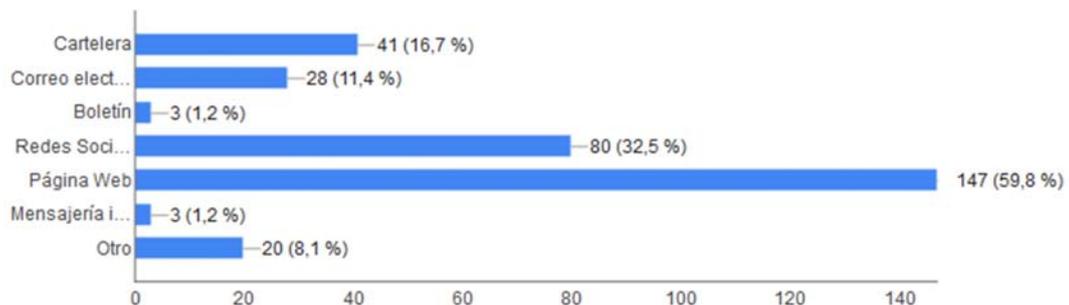


Elaboración propia en el marco del diagnóstico de comunicación organizacional en el RYE USAC. Guatemala, 2016.

5.7. Medios de comunicación externa

Se procedió a realizar la evaluación de los medios de comunicación más importantes del Departamento de Registro y Estadística, esto con el fin de diagnosticar la línea gráfica y los elementos identitarios de la personalidad de la

Gráfica 15: ¿Por cuáles canales ha consultado información del Departamento de Registro y Estadística?



institución.

Primero se evidencia que la población externa se informa del Departamento a través de la página web y las redes sociales. La página web ocupa el primer lugar con el 59.8% de la cuota estadística, seguida de las redes sociales con un 32.5% de los participantes de la encuesta. Cabe mencionar que en tercera posición, los estudiantes se informan a través de la cartelera con un 16.7% de la población.

5.7.1 Página Web

La página web de Registro y estadística es uno de los canales de comunicación externa más importantes, en la sociedad de la información los medios digitales han tomado relevancia en las nuevas generaciones.

Se compone del actual logotipo de Registro y Estadística, además de predominar una paleta de color azul en el encabezado, el logotipo de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Sin embargo, no tiene una línea gráfica definida, los colores no son estándar y no existe una tipografía que defina la personalidad de la institución. Es importante



Imagen 5: Página actual de RYE USAC

resaltar que dicha página únicamente posee la información de los trámites administrativos que se realizan en Registro y estadística, dejando de lado cuestiones como la imagen corporativa, el área de archivo, contáctenos y demás elementos importantes.

Finalmente, es una página estática, con varios colores y la información más relevante. No se actualiza con frecuencia, con la necesidad que las personas tienen de consultar la información.

5.7.2 Facebook

El Departamento de Registro y Estadística tiene disponible un perfil de facebook con información acerca de los trámites, fechas y cuestiones relativas al mismo. Sin embargo, llegó a su límite ya que los perfiles de facebook únicamente permiten 5000 amigos, lo cual fue cumplido sobremano hace tiempo.

Además, debiera ser el canal de información más actualizado y de rápida respuesta. Lo primero es permitir que más usuarios se puedan agregar y interactuar con alguna persona vía Inbox.

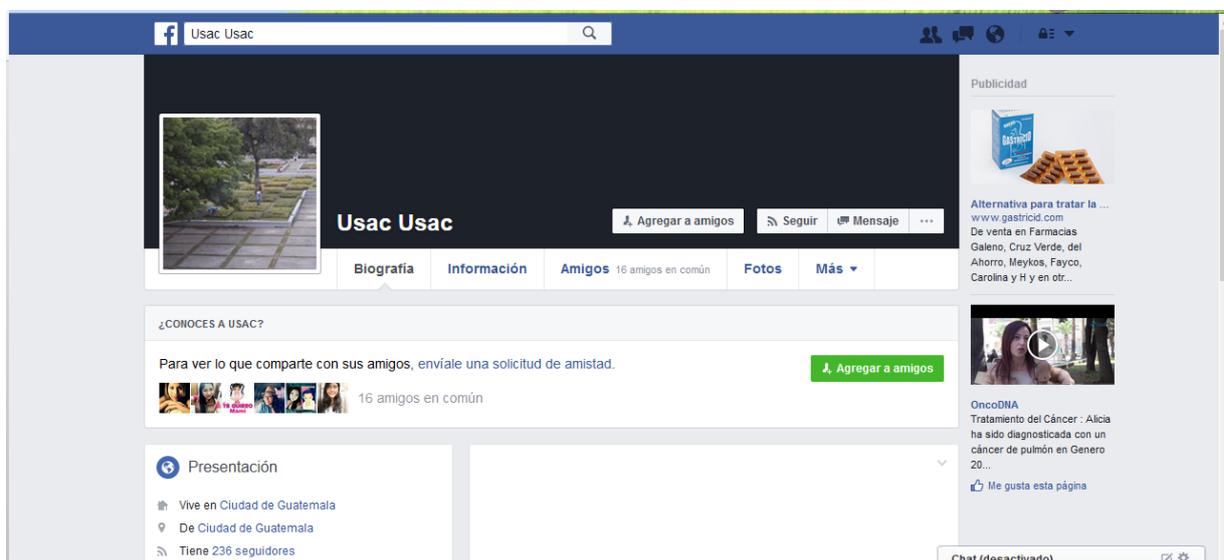


Imagen 6: Perfil de facebook actual del RYE USAC.

5.8. FODA

Esquema 3: FODA del RYE USAC



Elaboración propia en el marco del diagnóstico de comunicación organizacional en el RYE USAC. Guatemala, 2016.

5.8.1 Descripción FODA

5.8.1.1 Fortalezas

- F1: RyE tiene 67 años de experiencia, donde se ha tenido que adaptarse y remodelarse contantemente
- F2: Personas con amplia trayectoria laboral, experiencia que les ha permitido conocer procesos, deficiencias, reglamentos y soluciones en el trabajo que desempeñan diariamente.
- F3: Capacidad Tecnológica, ya que todo el Departamento tiene acceso a computadora, conexiones de internet y telefónica, además de poseer computadora o un medio de acceso digital
- F4: Instalaciones adecuadas, hace menos de dos años el RyE se pasó a sus nuevas instalaciones, donde se encuentran actualmente, espacio que fue construido pensando en las actividades que se realizan en el Departamento.

5.8.1.2 Debilidades

- D1: Burocracia institucional, los trámites engorrosos y el personal que desconoce procedimientos limita el actuar del Depto. de RyE, es difícil la actuación de las autoridades sin los permisos correspondientes.
- D2: Comunicación Interna Endeble, no se cuenta canales de comunicación interna efectivos
- D3: Personal Calificado: capacitación constante en el trabajo y lo relacionado con él.
- D4. Plan de Comunicación, no se tiene plan estratégico de comunicación.
- D5: Cultura Organizacional, mejoramiento de las relaciones, trabajo en equipo y liderazgo.

5.8.1.3 Oportunidades

- O1: Servicios exclusivos, el Departamento de Registro y Estadística brinda un servicio que nadie más puede brindar, por lo que sus usuarios siempre deberán llegar a dicha institución.
- O2: Medios digitales, RyE posee página de facebook y página web con la información de sus actividades.

- O3: Servidor propio, el Depto. posee su propio servidor, administración y recursos totales con lo que a ello respecta.
- O4: Recursos moderados, se poseen recursos moderados para elaborar campañas de bajo recursos.

5.8.1.4 amenazas

- A1: Partida presupuestaria, no se tienen los recursos ilimitados para elaborar materiales informativos.
- A2: Crecimiento poblacional: el crecimiento estudiantil cada vez es mayor.
- A3: Comunicación externa confusa: existe información desactualizada en los canales de información digital
- A4: imagen institucional endeble: no existe una línea gráfica definida que muestre la personalidad del Depto.

5.8.2 Alternativas FODA

5.8.2.1 Alternativas entre fortalezas/oportunidades

- F1 – O1: la experiencia que tiene el Depto. de RyE y la exclusividad de sus servicios permite que rápidamente capte la atención de sus públicos, lo que influirá en la satisfacción del estudiante.
- F3 – O2 / O3: las calidades tecnológicas que rodea el Depto. es imprescindible para descentralizar las actividades que realiza, que los usuarios no deban llegar para todos los trámites.

5.8.2.2 Alternativas entre debilidades/oportunidades

- D1 – O1: la exclusividad de los servicios que Registro y Estadística prestan, puede afectar en la burocracia que tiene la Universidad de San Carlos, ya que poseen la potestad de revisarlos y mejorarlos para que sean más efectivos.
- D2 / D5 – O2: la comunicación interna puede mejorarse a través de los canales digitales que ya posee, los colaboradores pueden enterarse de los eventos, y actividades que se realizan en su institución. Además de permitir la publicación de trámites y estadísticas.

- D4 / O4: no existe plan de comunicación estratégica, pero los recursos moderados a los que tiene acceso el Depto. rápidamente permitirían que se elaboren campañas de información y publicitarias de bajo costo.

5.8.2.3 Alternativas entre fortalezas/amenazas

- F3 – A2: la capacidad tecnológica permitiría la descentralización de los servicios, para que menos personas deban asistir a las ventanillas.
- F3 – A3 / A4: la capacidad tecnológica que tiene el Depto. de RyE es un camino viable para contrarrestar la comunicación externa confusa y la imagen institucional endeble, lo importante es realizar un plan donde se establezcan los parámetros para realizarlo.

5.8.2.4 Alternativas entre debilidades/amenazas

- D2 / D4 – A3 / A4: los componentes de la comunicación interna y externa son endebles, por lo que es necesario trabajar en ellos para tener y mostrar una institución en buenas condiciones y una personalidad organizacional estable.

5.9. Factores influyentes directos e indirectos

5.9.1 Factores influyentes directos

El clima laboral afecta las relaciones dentro del Departamento de Registro y Estadística, además, permite el chisme y el rumor. Aunado a eso, algunas personas se han acomodado a su trabajo.

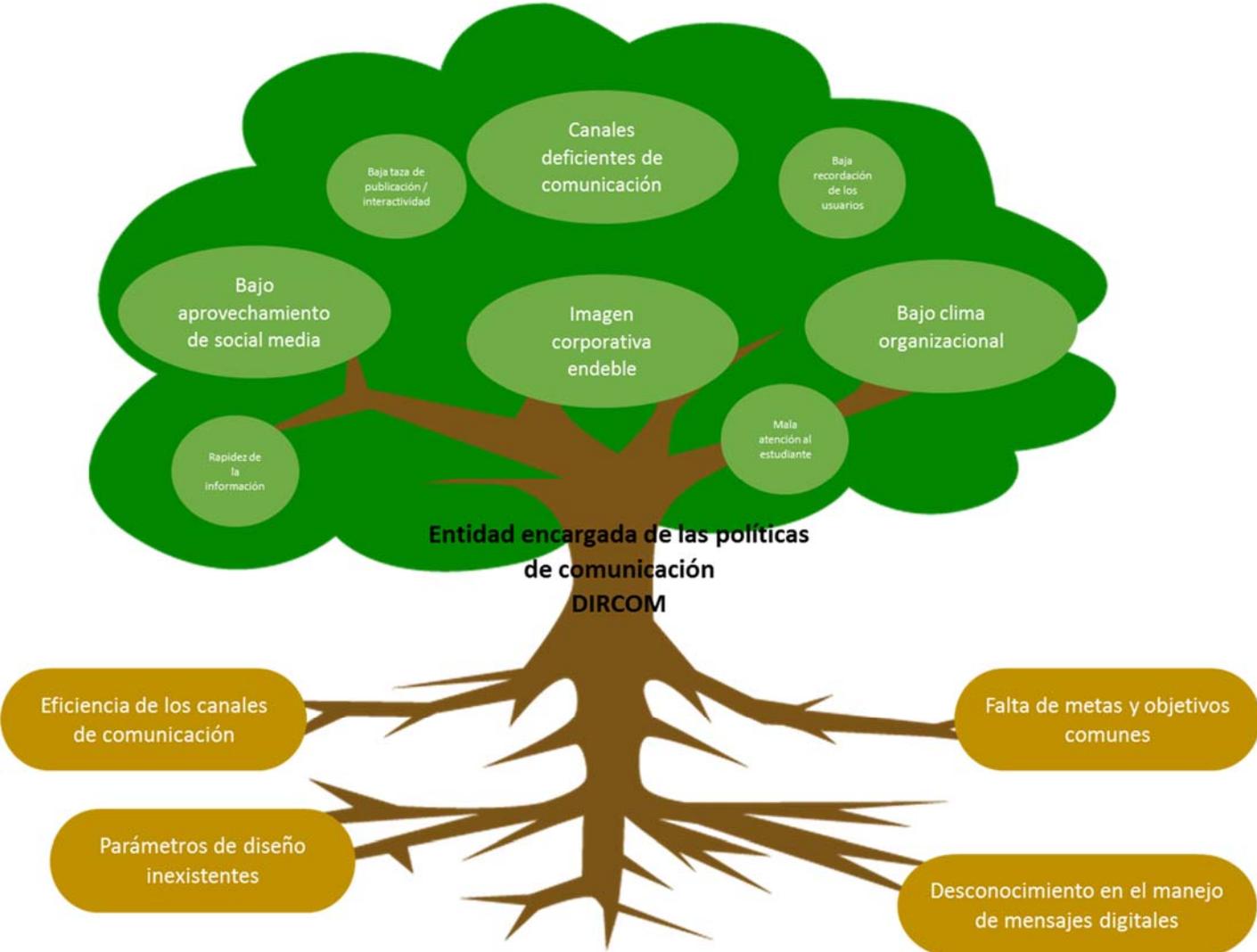
5.9.2 Factores influyentes indirectos

Existe una partida presupuestaria limitada, ya que la mayor cantidad de dinero se utiliza para el pago de salarios de los trabajadores, lo que deja como saldo la poca inversión en publicidad y principalmente en comunicación del departamento de Registro y Estadística.

La burocracia institucional afecta los procesos internos del Departamento de Registro y Estadística, el tiempo necesario para realizar las acciones, además, en el caso concreto de las estadísticas y los títulos dependen de departamentos externos a Registro y estadística.

La conectividad, luz e internet, se ve afectada cuando hay lluvias fuertes o tempestad, en ese caso, el Depto. paraliza totalmente sus actividades. Hasta que todo se restablezca es capaz de continuar con sus labores diarias.

5.10 **Árbol de Problemas**



Elaboración propia en el marco del diagnóstico de comunicación organizacional en el RYE USAC. Guatemala, 2016.

5.10. Determinación de problemas de comunicación

Tabla 7: Determinación de problemas de comunicación

NO	Problema	Posible Solución
1	Canales deficientes de comunicación	Elaboración de un área encargada de crear y recopilar la información del Departamento para ejecutarla con los públicos internos y externos.
2	Imagen Corporativa Endeble	Elaborar una nueva imagen institucional a partir de la existente Unificar criterios en una misma línea gráfica que se adapte a todos los entornos, impresos y digitales, del Departamento.
3	Bajo clima organizacional	Establecer canales de comunicación internos. Establecer un plan de acción de capacitación contante sobre temas de interés. Establecer un plan de trabajo para tener reuniones periódicas con los encargados y colaboradores.
4	Bajo aprovechamiento de canales digitales	Elaborar estrategia digital para dar a conocer e impactar a los nuevos usuarios, y capturar a los usuarios antiguos. Rediseñar y adaptar el diseño de la página web. Crear canales de interacción internos para que la información fluya y sea publicada rápidamente. Capacitar al personal para elaborar mensajes eficaces y eficientes con los que interactúen los usuarios.

Elaboración propia en el marco del diagnóstico de comunicación organizacional en el RYE USAC. Guatemala, 2016.

Discusión de Resultados

El Departamento de Registro y Estadística en cuanto a la comunicación interna tiene problemas con los canales de comunicación que utilizan para comunicarse, unas de las quejas más constantes son la reunión periódica que deberían de realizar, y que por cuestiones de tiempo y falta de un plan de reuniones no se han podido realizar.

El clima organizacional, se está viendo afectado indiscutiblemente debido a la desinformación que en algunas oportunidades surge, lo que da cabida a que el rumor y el chisme sea la forma fundamental de enterarse, incluso cuando se informa a los colaboradores a través de cartas o memos, la información ya ha llegado tergiversada. Debe avisárseles de manera más rápida y efectiva.

Por otro lado, también se afecta el clima, cuando las personas están desmotivadas, acciones que conllevan acomodamiento y desinterés de los colaboradores, sin embargo, un factor sumamente importante es que se sientan orgullosos de pertenecer a la Universidad de San Carlos de Guatemala, y al Depto. de Registro y Estadística.

Gráfica 16: Se siente orgulloso de pertenecer a la Universidad de San Carlos de Guatemala



Elaboración propia en el marco del diagnóstico de comunicación organizacional en el RYE USAC. Guatemala, 2016.

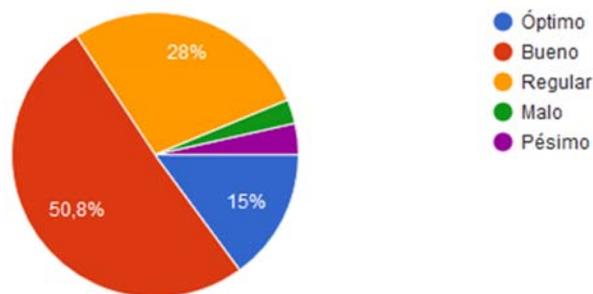
Gráfica 17: Se siente orgulloso de laborar en el Departamento de Registro y Estadística



Elaboración propia en el marco del diagnóstico de comunicación organizacional en el RYE USAC. Guatemala, 2016.

La fluidez de la información en los canales y el clima organizacional bajo, están impactando en la calidad de la información, que, al mismo tiempo, los públicos son capaces de observar esas debilidades. Un ejemplo concreto es cuando los usuarios se enfrentan a la realidad de que todos dan información diferente en cuanto a un mismo trámite. Estas son cuestiones mejorables.

Gráfica 18: ¿Cómo evalúa el servicio del Departamento de Registro y Estadística?



Elaboración propia en el marco del diagnóstico de comunicación organizacional en el RYE USAC. Guatemala, 2016.

A pesar de ello, en cuanto al servicio Registro y Estadística está puntuado de regular a óptimo. Un último aspecto de la comunicación interna es el bajo conocimiento de los elementos identitarios, entre los que es posible mencionar el logotipo de la institución, y los componentes de la imagen corporativa, como la misión y la visión,

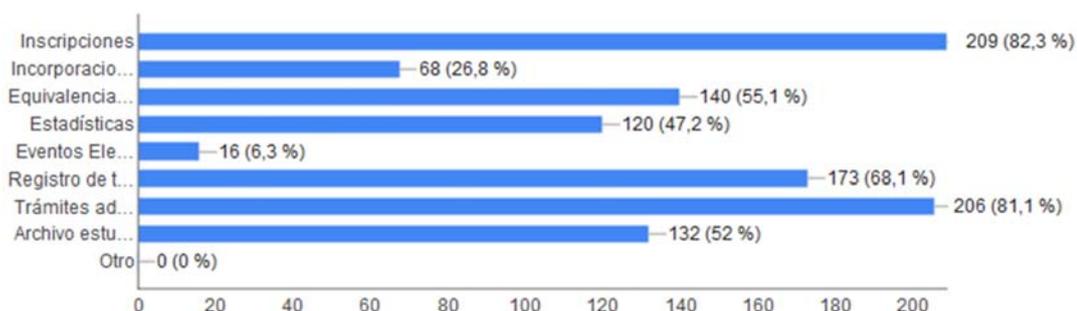
si bien es cierto, tienen aspectos generales, es importante que se destaque y contantemente se muestren para recordar el camino que la institución debe tomar.

Aunado, debe quedar el hecho que no existe línea gráfica definida, muchas de las áreas que tiene el Depto. de Registro y Estadística tienen su propio formato o forma de realizar sus documentos, aunque se identifican con San Carlos, no sucede lo mismo con el Depto. Hay que unificar criterios de identidad e imagen institucional

En cuanto a la comunicación externa, caber resaltar que las personas conocen la página web, sin embargo, se están desaprovechando muchas de las opciones que está provee, en un futuro es importante maximizar estos canales para descentralizar una institución que anualmente atiende entre 20 y 50 mil estudiantes y profesionales de la Universidad de San Carlos de Guatemala y otras instituciones.

Además, de permitir que los usuarios se acerquen y conozcan lo que hace Registro y Estadística, ya que los públicos tienen un concepto superficial de las actividades que se realizan, cuestiones como los eventos electorales, el PADEP y otras actividades no entran en el ideario de los usuarios.

Gráfica 19: Seleccione las funciones que usted cree que le competen a Registro y Estadística



Elaboración propia en el marco del diagnóstico de comunicación organizacional en el RYE USAC. Guatemala, 2016.

Otro aspecto, es que el Departamento tiene teléfono, correos institucionales y página de facebook, por lo que es necesario realizar actividades informativas que permita a los usuarios conocer estos canales de comunicación que se ofrecen para la atención estudiantil.

También es importante dar a conocer las estadísticas con las que cuenta el Depto., ya que es la manera de conocer la situación actual de la Universidad de San Carlos

de Guatemala, y que proveerá una ruta para solventar los problemas que puedan evidenciarse en dichas métricas.

Por último, se necesita de un área encargada de captar, administrar y guardar la información interna y externa del Departamento de Registro y Estadística, y que conceda la información de manera rápida, efectiva y eficaz para los colaboradores y que se encargue de centralizar y elaborar de manera gráfica dicha información.

Capítulo 6: Estrategia de Comunicación

6.1. Justificación

La estrategia de comunicación entabla soluciones que solventan la problemática encontrada en el Diagnóstico de Comunicación, su importancia radica en la necesidad de mejorar las vías de comunicación, así como los procesos que involucran a las distintas áreas del Departamento de Registro y Estadística, para detener la insuficiente comunicación y los distintos problemas observados, tales como la utilización de una línea gráfica, capacitación motivacional y en canales digitales y la fluidez de la comunicación interna.

Al mismo tiempo, permite enumerar las soluciones con las acciones pertinentes, donde se detalla las operaciones específicas para solventar cada uno de los problemas con operaciones específicas.

6.2. Objetivos

6.2.1 Objetivo General

Proponer una estrategia comunicacional que permita una comunicación interna y externa más eficaz y eficiente en el Departamento de Registro y Estadística.

6.2.2 Objetivo Específico

Proponer y validar un área encargada del flujo de información y la comunicación del Departamento de Registro y Estadística.

Proponer y validar un Manual de Identidad donde se establezca la identidad e imagen corporativa unificada del Departamento de Registro y Estadística.

Proponer y validar un plan de capacitación mensual, con temas de crecimiento personal, dinámicas de grupo y liderazgo, que cohesionen los objetivos institucionales con los colaboradores de Registro y Estadística.

Proponer y validar un plan de formación en herramientas virtuales para mejorar los canales de comunicación digital del Departamento de Registro y Estadística.

6.3. Públicos Objetivos

A continuación, se realiza un detalle de los distintos públicos que se relacionan con el Departamento de Registro y Estadística, se realiza una distinción entre los públicos y externos de dicho departamento.

6.3.1 Públicos Internos

Personas que se relacionan directamente con las actividades diarias del Departamento de Registro y Estadística, de alguna manera inciden en el funcionamiento de las acciones generales y de comunicación de la institución.

Tabla 8: Públicos internos alcanzados por la propuesta

Nombre	Descripción
Sujeto Jefatura	Categoría que denomina a las máximas autoridades del Departamento de Registro y Estadística, el jefe y subjefe, ya que son las personas que tienen a cargo la máxima cantidad de colaboradores.
Sujeto Encargado	Categoría que describe a las personas que ocupan el mayor cargo de cada área del Departamento de Registro y Estadística. Son personas que con experiencias que tiene bastante tiempo dentro de la institución, por lo tanto, conocen los procesos que la han llevado a donde está en la actualidad.
Sujeto responsable	Personas de media trayectoria, con conocimiento de la institución, tienen un papel de generadores, ya que son los responsables de entablar relaciones comunicativas entre los creadores del contenido y los públicos internos y externos.
Sujeto colaborador	Personas que laboran en el Departamento de Registro y Estadísticas, en las distintas áreas internas y externas de dicha institución. Forman parte de los dos turnos de RYE, de 7:30 a 15:30 horas y de 15:30 a 19:30 horas.

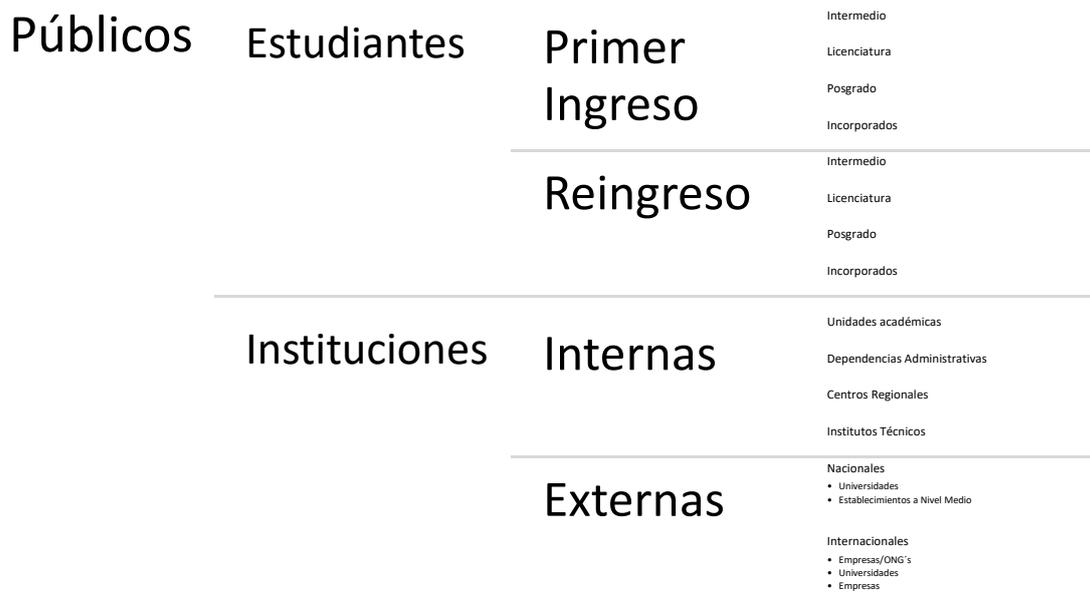
Elaboración propia en el marco de la estrategia de comunicación organizacional en el RYE USAC. Guatemala, 2016.

6.3.2 Públicos Externos

A continuación, se realiza un cuadro donde se visualizan los públicos externos, en el que se enmarca a la Población estudiantil de la Universidad de San Carlos de Guatemala, estudiantes de primer ingreso y reingreso que necesitan realizar trámites administrativos o de admisión. En esta categoría, además, se agrega a estudiantes fuera de la USAC y público en general.

Finalmente, se incluyen a personas que laboran para la Universidad de San Carlos de Guatemala, que tienen algún tipo de relación con el Departamento de Registro y estadística, se entablan relaciones inter institucionales. Entre ellos se considera al personal administrativo y personal académico de los centros regionales.

Esquema 4: Públicos externos alcanzados por la propuesta.



Elaboración propia en el marco de la estrategia de comunicación organizacional en el RYE USAC. Guatemala, 2016.

6.4. Propuesta

Tabla 9: Listado de soluciones a los problemas encontrados.

NO	Problema	Posible Solución
1	Canales deficientes de comunicación	Elaboración de un área encargada de crear y recopilar la información del Departamento para ejecutarla con los públicos internos y externos.
2	Imagen Corporativa Endeble	Elaborar una nueva imagen institucional a partir de la existente Unificar criterios en una misma línea gráfica que se adapte a todos los entornos, impresos y digitales, del Departamento.
3	Bajo clima organizacional	Establecer canales de comunicación internos. Establecer un plan de acción de capacitación contante sobre temas de interés. Establecer un plan de trabajo para tener reuniones periódicas con los encargados y colaboradores.
4	Bajo aprovechamiento de canales digitales	Elaborar estrategia digital para dar a conocer e impactar a los nuevos usuarios, y capturar a los usuarios antiguos. Rediseñar y adaptar el diseño de la página web. Crear canales de interacción internos para que la información fluya y sea publicada rápidamente. Capacitar al personal para elaborar mensajes eficaces y eficientes con los que interactúen los usuarios.

Elaboración propia en el marco de la estrategia de comunicación organizacional en el RYE USAC. Guatemala, 2016.

6.5. Matriz de Coherencia

Tabla 10: Problemas, productos, objetivos y públicos de la propuesta.

Problema	Producto	Objetivo de Comunicación	Tipo de mensaje	Públicos Objetivos	Medios de difusión	Presupuesto
Canales deficientes de comunicación	Proyecto de DirCom	<p>Crear un área encargada de crear, guardar y replicar la información.</p> <p>Establecer encargados de hacer fluir la comunicación interna y externa.</p>	Informativo	<p>Sujeto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jefatura • Encargado • Responsable • Colaborador 	Impreso y digital	
	Calendario anual de comunicación	<p>Establecer reuniones estratégicas mensuales.</p> <p>Habilitar un canal de comunicación periódico.</p>	Informativo	<p>Sujeto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jefatura • Encargado 	Impreso y digital	
	Cartelera impresa/digital	Establecer un medio de comunicación rápido y efectivo.	Informativo	<p>Sujeto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jefatura • Encargado • Responsable • Colaborador 	Impreso y digital	

Imagen Corporativa Endeble	Rediseñar el logotipo.	Actualizar el logotipo, términos de adaptabilidad.	Informativo	Sujeto: <ul style="list-style-type: none"> • Jefatura • Encargado • Responsable • Colaborador 	Impreso y digital	
	Manual de identidad/imagen institucional.	Establecer la imagen institucional. Promover la línea gráfica institucional Adecuar la identidad/imagen institucional a cada una de las áreas, papelería y plataformas.	Informativo/formativo		Impreso y digital	
Bajo clima organizacional	Plan de capacitación	Establecer un plan de capacitación mensual sobre temas de interés institucional.	Formativo	Sujeto: <ul style="list-style-type: none"> • Jefatura • Encargado • Responsable • Colaborador 	Impreso y digital	
	Entablar dinámicas de grupo	Crear un calendario de actividades que permitan la	Formativo		Presencial	

Bajo aprovechamiento de canales digitales	Plan de capacitación digital	dinámica de grupo. Conocer a profundidad los canales digitales de la institución.	Formativo/publicitario	Sujeto: • Responsable	Impreso y presencial	
	Rediseñar la página web	Crear un diseño intuitivo, amigable y con diseño adaptable.	Informativo	Sujeto: • Responsable • Externo	Digital	
	Fanpage de facebook	Optimizar los canales digitales para establecer una respuesta pronta y adecuada. Canalizar la opinión de las personas	Informativo/publicitario	Sujeto: • Responsable • Externo	Digital	

Elaboración propia en el marco de la estrategia de comunicación organizacional en el RYE USAC. Guatemala, 2016.

6.6. Plan de Comunicación

6.6.1 Problema 1: canales deficientes de comunicación

Tabla 11: Plan de comunicación para problema 1

PROBLEMA 1: CANALES DEFICIENTES DE COMUNICACIÓN	
OBJETIVO DE COMUNICACIÓN:	<p>Crear un área encargada de crear, guardar y replicar la información.</p> <p>Establecer reuniones estratégicas mensuales.</p> <p>Establecer un medio de comunicación rápido y efectivo.</p>
PRODUCTOS	<p>Proyecto de la Dirección de Comunicación</p> <p>Calendario anual de comunicación</p> <p>Cartelera impresa/digital.</p>
TIPO DE MENSAJE	informativo
ACTIVIDADES	<p>Se presenta el proyecto de la Dirección de Comunicación, anunciando las necesidades, obligaciones y funciones, además de las personas requeridas para la misma.</p> <p>Se elabora un esquema para realizar el calendario anual de actividades con respecto a la comunicación del Departamento de Registro y Estadística.</p> <p>Se coloca una cartelera en la entrada del Departamento de Registro y Estadística, además de captar la información para enviar la información de forma digital.</p>
PÚBLICO OBJETIVO	<p>Sujetos jefatura</p> <p>Sujetos encargados</p> <p>Sujetos responsables</p> <p>Sujetos colaboradores</p>
MEDIO DE DIFUSIÓN	<p>Digital/impreso</p> <p>Se entrega el proyecto impreso de la DirCom.</p> <p>Se entrega el calendario de manera editable, para que puedan realizarse los cambios necesarios.</p> <p>Se coloca la cartelera digital, se capta la información para enviarla a través de grupos de whatsapp</p>
PRESUPUESTO	Q 5,000.00

Elaboración propia en el marco de la estrategia de comunicación organizacional en el RYE USAC. Guatemala, 2016.

6.6.2 Problema 2: imagen institucional endeble

Tabla 12: Plan de comunicación para problema 2

PROBLEMA 2: IMAGEN INSTITUCIONAL ENDEBLE	
OBJETIVO DE COMUNICACIÓN:	Actualizar el logotipo, en términos de adaptabilidad. Establecer la línea gráfica institucional.
PRODUCTOS	Manual de identidad / imagen institucional.
TIPO DE MENSAJE	Informativo / formativo
ACTIVIDADES	Se realiza tres propuestas de logotipo. Se desarrolla la propuesta aprobada en un manual de identidad / imagen institucional. Se realizan la unificación, impresa y digital, de la línea gráfica.
PÚBLICO OBJETIVO	Sujetos jefatura Sujetos encargados Sujetos responsables Sujetos colaboradores Sujetos general
MEDIO DE DIFUSIÓN	Digital/impreso Se entrega una copia impresa y digital del manual de identidad / imagen institucional del Departamento de Registro y Estadística.
PRESUPUESTO	Q 5,000.00

Elaboración propia en el marco de la estrategia de comunicación organizacional en el RYE USAC. Guatemala, 2016.

6.6.3 Problema 3: bajo clima organizacional

Tabla 13: plan de comunicación para problema 3

PROBLEMA 3: BAJO CLIMA ORGANIZACIONAL	
OBJETIVO DE COMUNICACIÓN:	Establecer un plan de capacitación mensual sobre temas de interés institucional. Crear un calendario de actividades que permitan la dinámica de grupo.
PRODUCTOS	Plan de Capacitación mensual
TIPO DE MENSAJE	Formativo
ACTIVIDADES	Se realiza un plan de capacitación mensual con temas motivacionales, liderazgo, tecnología y dinámicas de grupo.
PÚBLICO OBJETIVO	Sujetos jefatura Sujetos encargados Sujetos responsables Sujetos colaboradores Sujetos general
MEDIO DE DIFUSIÓN	Digital/impreso Se entrega una copia impresa y digital del plan de capacitación mensual. Así como las herramientas que permitan observar el interés de los colaboradores en las temáticas próximas.
PRESUPUESTO	Q 4,000.00

Elaboración propia en el marco de la estrategia de comunicación organizacional en el RYE USAC. Guatemala, 2016.

6.6.4 Problema 4: Bajo aprovechamiento de canales digitales

Tabla 14: Plan de comunicación para problema 4

PROBLEMA 4: BAJO APROVECHAMIENTO DE CANALES DIGITALES	
OBJETIVO DE COMUNICACIÓN:	<p>Conocer a profundidad los canales digitales de la institución.</p> <p>Crear un diseño intuitivo, amigable y con diseño adaptable.</p> <p>Optimizar facebook para establecer una respuesta pronta y adecuada.</p>
PRODUCTOS	<p>Plan de capacitación sobre herramientas y canales digitales. (Páginas web / facebook).</p> <p>Rediseño de la página web.</p> <p>Elaboración y optimización de Fanpage de facebook.</p>
TIPO DE MENSAJE DE ACTIVIDADES	<p>Informativo / formativo / publicitario.</p> <p>Se capacita a las personas responsables de alimentar los canales digitales.</p> <p>Se rediseña y adapta el aspecto visual de la página web.</p> <p>Se elabora la fanpage de facebook y se capacita para su optima utilización.</p>
PÚBLICO OBJETIVO	<p>Sujetos encargados Sujetos responsables</p> <p>Sujetos general</p>
MEDIO DE DIFUSIÓN	<p>Digital / impreso</p> <p>Se entrega de forma impresa y digital el plan de capacitación de herramientas y canales digitales.</p> <p>Se entregan archivos editables con el aspecto visual de la página web.</p>
PRESUPUESTO	<p>Q 6,000.00</p>

Elaboración propia en el marco de la estrategia de comunicación organizacional en el RYE USAC. Guatemala, 2016.

6.7. Productos estrategia de comunicación desarrollados para e RYE

6.7.1 Propuesta del Área de Comunicación para el Departamento de Registro y Estadística.

Propósito de la propuesta

Debido al constante flujo de información que recorre las distintas áreas del Departamento de Registro y Estadística de la Universidad de San Carlos de Guatemala, es menester crear un ente encargado de mediar ese flujo de información, al mismo tiempo, integrarlo a la imagen institucional, y encargarse de dar a conocerlo a través de los canales internos y externos.

Descripción del Área de Comunicación

Es el área responsable de crear e implementar estrategias, campañas y políticas de comunicación interna y externa que permitan comunicar las acciones que realiza el Departamento de Registro y Estadística de la Universidad de San Carlos de Guatemala, además de divulgarlo a través de los distintos medios impresos y digitales disponibles.

Funciones de la Dependencia

El área de comunicación del Departamento de Registro y Estadística es el ente encargado de generar e implementar estrategias y políticas de comunicación interna y externa que le permitan comunicar actividades que realiza dicha institución, procurando su divulgación en los diferentes medios de comunicación.

Por lo tanto, le corresponden las funciones siguientes:

- Proponer la política de comunicación del Departamento de Registro y Estadística.
- Evaluar constantemente la presencia en los medios internos y externos del Departamento de Registro y Estadística.

- Proponer y ejecutar acciones de divulgación del Departamento de Registro y Estadística.
- Establecer y evaluar la identidad / imagen institucional del Departamento de Registro y Estadística.
- Establecer el calendario anual de actividades comunicacionales del Departamento de Registro y Estadística.
- Elabora el material gráfico, impreso y digital, del Departamento de Registro y Estadística.
- Efectúa el monitoreo de los mensajes digitales del Departamento de Registro y Estadística.
- Coordina la publicación contante de material, impreso y digital, del Departamento de Registro y Estadística.
- Administrar el proceso de comunicación interna para dar a conocer, políticas, proyectos, disposiciones, logros, eventos y demás información de interés para los colaboradores del Departamento de Registro y Estadística.

Organización Interna

El área de Comunicación del Departamento de Registro y Estadística al debe contar con personal profesional en el tema de comunicación, quienes conformarán el equipo de trabajo de la siguiente manera:



El área de comunicación contará con cinco personas, es evidente que para los procesos de comunicación se necesita de más personas capacitadas para realizar esta labor, sin embargo, es necesario optimizar el recurso humano, en función de las necesidades del Departamento.

Al mismo tiempo, el área de comunicación está a disposición de la Jefatura del Departamento de Registro y Estadística.

Recurso humano y sus funciones

El Recurso humano con el que debe contar el Área de Comunicación del Departamento de Registro y Estadística, debe ser profesional en el ámbito de la comunicación. Se establece que dicho recurso humano llene los perfiles profesionales siguientes:

a) Encargado (a) de comunicación

Nombre del cargo:	Director de Comunicación
Jefe inmediato:	Depende de la Jefatura del Departamento de Registro y Estadística.
Subordinados inmediatos	<ul style="list-style-type: none"> • Técnico profesional • Diseñador Gráfico • Gestor de comunidades
Perfil profesional	<p>Educación formal: Profesional Universitario Licenciado en Ciencias de la Comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Colegiado Activo • Maestría en Comunicación <p>Experiencia Experiencia mínima de dos años en dirigir departamentos de comunicación social</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manejo de relaciones públicas • Experiencia en administración de recursos

	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia en elaboración de proyectos y estrategias de comunicación • Excelente redacción • Redacción de informes ejecutivos
Descripción General	<p>Diseñar, ejecutar y dirigir estrategias de comunicación interna y externa para divulgar la imagen del Departamento de Registro y Estadística.</p> <p>Administrar los recursos humanos, materiales y presupuestarios del área de comunicación de R&E.</p>
Atribuciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Dirige y organiza el Área de Comunicación. • Asesora a autoridades en cuanto a temas de comunicación, mensajes y publicaciones. • Prioriza la comunicación que debe darse a conocer. • Participa en reuniones de jefes y encargados de área. • Es el vocero y relacionista público institucional del Depto. de Registro y Estadística. 	

b) Diseñador (a) gráfico (a)

Nombre del cargo:	Diseñador gráfico
Jefe inmediato:	Depende del encargado de comunicación
Subordinados inmediatos	<ul style="list-style-type: none"> • Técnico profesional • Diseñador Gráfico • Gestor de comunidades
Perfil profesional	<p>Educación formal: Profesional Universitario Licenciado en diseño gráfico.</p> <p>Experiencia Experiencia mínima de dos años elaboración de material gráfico, impreso y digital.</p>
Descripción General	Diseña el material gráfico que se debe divulgar.
Atribuciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Elabora el material gráfico del Departamento de Registro y Estadística. • Evalúa la imagen institucional del Depto. de Registro y Estadística. • Vela por la correcta utilización de los elementos identificadores, dentro y fuera del Departamento de Registro y Estadística. 	

c) Gestor (a) de comunidades

Nombre del cargo:	Gestor de comunidades
Jefe inmediato:	Depende del encargado de comunicación
Subordinados inmediatos	<ul style="list-style-type: none"> ninguno
Perfil profesional	<p>Educación formal: Profesional Universitario Licenciado en Ciencias de la Comunicación Licenciado en Diseño Gráfico</p> <p>Experiencia Experiencia mínima de dos años en manejo de redes sociales y página web</p> <ul style="list-style-type: none"> Experiencia en manejo de redes sociales. Facebook y twitter. Conocimiento de herramientas digitales Análisis de estadísticas de facebook, twitter y google analytics. Optimización de canales digitales.
Descripción General	Administra las redes sociales del Departamento de Registro y Estadística. Analiza las estadísticas y la información de los canales digitales.
Atribuciones	
<ul style="list-style-type: none"> Actualiza la información de las redes sociales. Administrar los canales de información digital Monitorea la información de los canales digitales Elabora informes con las estadísticas de los canales digitales. 	

d) Técnico (a) profesional

Nombre del cargo:	Técnico profesional
Jefe inmediato:	Depende del encargado de comunicación
Subordinados inmediatos	<ul style="list-style-type: none"> ninguno
Perfil profesional	<p>Educación formal: Profesional Universitario Licenciado en Ciencias de la Comunicación Licenciado en producción audiovisual.</p> <p>Experiencia</p>

	<p>Experiencia mínima de dos años en diseño y producción audiovisual.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Experiencia en fotografía. • Experiencia en producción audiovisual.
Descripción General	<p>Realiza seguimiento de actividades del Departamento de Registro y Estadística. Elabora material audiovisual para los públicos internos y externos.</p>
<p>Atribuciones</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar material audiovisual para los públicos internos y externos. • Documentar, digitalmente, las actividades realizadas en el departamento de Registro y Estadística. 	

Actualizar el logotipo, en términos de adaptabilidad.

Establecer la línea gráfica institucional.

6.7.2 Propuestas de rediseño de Logotipo





Registro y Estadística
Universidad de San Carlos de Guatemala





¿Por qué?

El plan de capacitación es una herramienta que coadyuvará a la integración de las -TIC- Tecnología de la información y la Comunicación, con lo que se pretende obtener canales de comunicación inmediatos, con respecto a la comunicación interna, y tener mayor presencia y respuesta, con respecto a la comunicación externa.

¿Cada Cuánto?

Debido a las diversas actividades que se realizan en el Departamento de Registro y Estadística, la Capacitación de Herramientas Digitales, es un programa de actualización bimestral, donde se trabajarán 10 horas por sesión, las que serán divididas de la siguiente manera:



¿Qué programas?

Inicialmente se proponen 4 herramientas:

1. Facebook

Red social con más de un millón de usuarios. Es el principal canal de comunicación digital con respuesta a los usuarios que buscan información acerca del Departamento de Registro y Estadística. Actualmente, la fan page cuenta con 6622 seguidores. Sin embargo, es importante exista un plan de publicaciones y flujo de información constante. Además, el gestor de comunidades, es la persona encargada de realizar publicaciones e interpretar las estadísticas que esta herramienta proporciona.

2. Google analytics

es una herramienta de analítica web de la empresa Google. Ofrece información agrupada del tráfico que llega a los sitios web según la audiencia, la adquisición, el comportamiento y las conversiones que se llevan a cabo en el sitio web. Es importante su utilización paralela a la página web, ya que aportará información sobre la audiencia, dispositivos utilizados, seguidores y horarios de publicación.

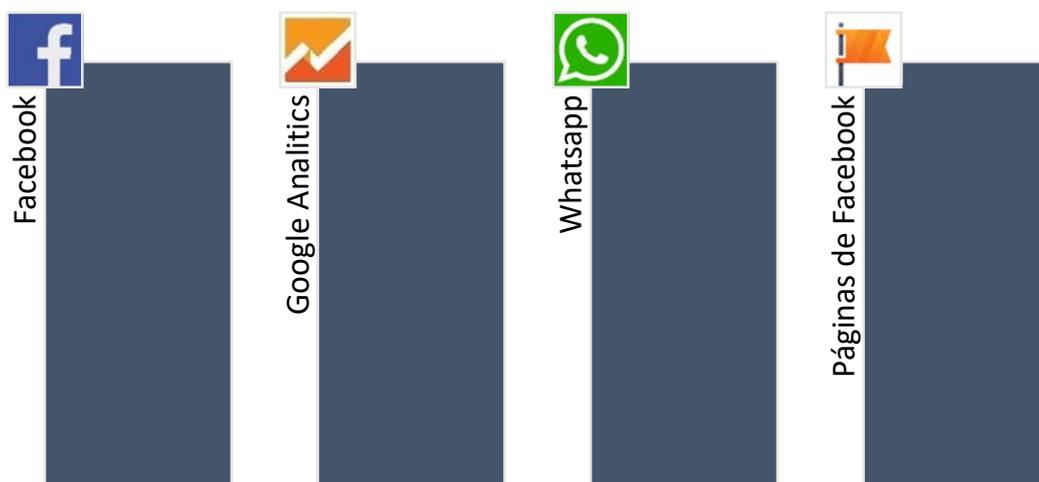
3. Whatsapp

Es una aplicación de mensajería instantánea, actualmente gratuita, para teléfonos inteligentes, que envía y recibe mensajes mediante Internet, complementando servicios de correo electrónico, mensajería instantánea, servicio de mensajes cortos o sistema de mensajería multimedia. Su valor como herramienta de comunicación interna es impresionante, ya que permite colaborar en grupos, donde se informa de las actividades de cada área y del departamento propiamente.

4. Páginas de Facebook

Es una aplicación para dispositivos móviles que ayuda a los administradores a conectarse con su audiencia y a mantenerse al día con la actividad en varias

páginas de facebook, todo en un solo lugar. Lo que permite estar atento a los seguidores, y contribuye a el flujo constante de información del Departamento de Registro y Estadística.



¿A quiénes?

La Capacitación de Herramientas Tecnológicas está dirigida a todos los colaboradores del Departamento de Registro y Estadística, ya que estas herramientas son útiles para que el flujo de información sea eficaz y eficiente.

Sin embargo, es importante mencionar que algunas de las herramientas que están enlistadas, están especialmente dirigidas a personas responsables de canales digitales con influencia interna y externa, esto con la intención de convertirlos -los canales- en la principal forma de solicitar información.

Propuesta Temática

Se desglosan los temas mínimos que deben tomarse en cuenta para la Capacitación de Herramientas Digitales, sin embargo, mientras más a profundidad se pueda implementar por tema, se obtendrán mejores resultados.

Facebook

1. Qué es facebook

2. Qué es un perfil de facebook
 - a. Cambiar la foto de perfil de facebook
 - b. Consultar la ayuda de Facebook
 - c. Opciones de privacidad de facebook
3. Sobre el algoritmo de facebook
4. Qué es un fanpage
 - a. Cómo crear una fanpage
 - b. Cómo administrar una fanpage
 - c. Cómo subir una fotografía de perfil
 - i. Tamaño
 - ii. Resolución
 - iii. Formato
 - d. Cómo subir una fotografía de portada
 - i. Tamaño
 - ii. Resolución
 - iii. Formato
 - e. Mensajes de facebook
 - i. Estado de los mensajes
 - ii. Respuestas guardadas
 - iii. Respuestas automáticas
 - f. Estadísticas de facebook
5. Práctica
 - a. Crear y eliminar un perfil de facebook
 - b. Crear y eliminar una página de facebook

Google Analytics

1. Qué es Google Analytics
 - a. Funciones de Google Analytics
 - b. Cómo activar Google Analytics
2. Razones para utilizar Google Analytics
3. Dónde puedo ver Google Analytics

- a. Versión web
- b. Versión móvil (App)
- 4. Estadísticas
 - a. Interpretación de datos
 - b. Preparación de informes
- 5. Práctica
 - a. Habilitar una cuenta de Google analytics
 - b. Realizar un análisis de estadísticas
 - c. Elaborar un informe de Google Analytics

Whatsapp

- 1. Qué es Whatsapp
 - a. Funciones
- 2. Qué puedo compartir en Whatsapp
 - a. Documentos
 - b. Audios
 - c. Videos
 - d. Localizaciones
- 3. Versiones de Whatsapp
 - a. Versión Móvil
 - b. Versión de escritorio
 - c. Versión Web
 - d. Cómo activar una sesión
- 4. Grupos de Whatsapp
 - a. Crear un grupo
 - b. Agregar participantes
 - c. Eliminar participantes
 - d. Personalizar grupos
 - e. Foto de grupo
- 5. Reglas para grupos de Whatsapp
 - a. Reglas de comentarios

- b. Reglas de convivencia
6. Práctica
- a. Elaborar Grupo de Whatsapp
 - b. Agregar cinco participantes
 - c. Personalizar un grupo de Whatsapp
 - d. Eliminar 2 participantes
 - e. Eliminar Grupo de Whatsapp

Páginas de Facebook

1. Qué es páginas de facebook
 - a. Descarga la aplicación para Android
 - b. Descargar la aplicación para los.
2. Por qué utilizar páginas de facebook
3. Interacción de las páginas de facebook
 - a. Likes
 - b. Comentarios
 - c. Compartir
4. Funcionamiento de las páginas de facebook
 - a. Subir foto de perfil
 - b. Subir foto de portada
 - c. Subir álbumes
 - d. Subir estados
 - e. Programas estados
5. Funcionamiento de mensajes
 - a. Responder mensajes
 - b. Subir fotografías
 - c. Subir videos
 - d. Respuestas guardadas
 - e. Respuestas automáticas
6. Estadísticas
 - a. Visualizar estadísticas

b. Seguimiento de audiencia

7. Práctica

a. Elaborar y eliminar una página de facebook

b. Administra la página por 7 días.

6.7.4 Rediseño Página Web



sobre el

Departamento de Registro y Estadística

¿Quiénes somos?

Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus. Vivamus elementum semper nisi. Aenean vulputate eleifend tellus. Aenean leo ligula, porttitor eu, consequat vitae,

[más](#)

Base Legal

Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus. Vivamus elementum semper nisi. Aenean vulputate eleifend tellus. Aenean leo ligula, porttitor eu, consequat vitae,

[más](#)

Historia

Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus. Vivamus elementum semper nisi. Aenean vulputate eleifend tellus. Aenean leo ligula, porttitor eu, consequat vitae,

[más](#)

Contáctenos

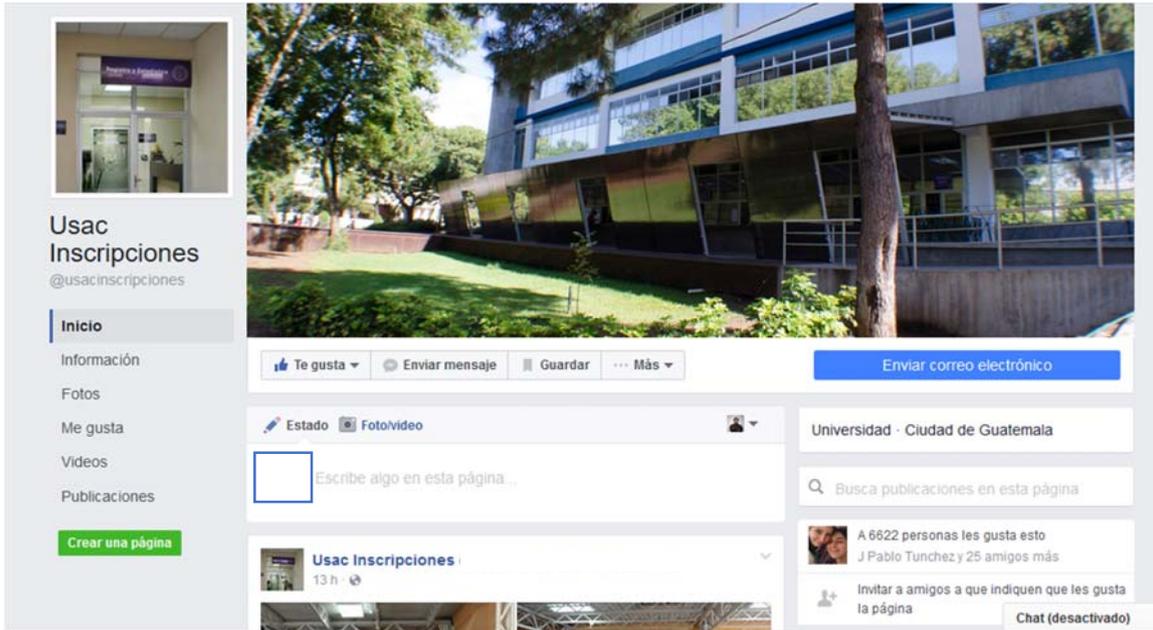


Dirección
Teléfono
Correo

Redes

Departamento de Registro y Estadística
Dirección General de Administración - DIGA-
Centro América, Guatemala, 2016

6.7.5 Elaboración de Fanpage de facebook



6.8. Validación de la propuesta de solución (con cronograma)

Cronograma Septiembre																														
	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V
										1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
Entrega de rediseño de logotipo																														
Validación																														
Entrega de manual de identidad																														
validación																														
Entrega de planes de capacitación																														
validación																														
Entrega de diseño web																														
validación																														
Entrega de proyecto de DirCom																														
Validación																														
Entrega de proyectos finales																														
validación general de productos																														

6.9. Cronograma de implementación de la propuesta. Por meses y semanas

		Cronograma Octubre																																	
		S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1			
Presentación de diagnóstico																																			
Presentación: plan de comunicación																																			
Elaboración de Fan page																																			
	Material gráfico																																		
	Aspecto visual																																		
Desarrollo de Página Web																																			
	Reunión aspectos técnicos																																		
	Evaluación de diseño y mapa de sitio																																		
	Priorización de desarrollo																																		
	Desarrollo sección 1 y 2																																		
	Desarrollo sección 3 y 4																																		
	Desarrollo sección 5 y 6																																		
	Presentación: Manual de identidad corporativa																																		

		Cronograma Noviembre																														
		M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	
Reunión: DirCom	Proyecto																															
	Calendario de Comunicación 2017																															
	Implementación de Cartelera																															
Capacitación: liderazgo y motivación																																
Página web																																
	Desarrollo sección 4																															
	Desarrollo sección 5																															
	Desarrollo sección 6																															
	Pruebas preliminares																															
Fanpage																																
	Capacitación digital																															
	Bienvenida a la nueva página																															
	Misión, visión y valores																															
	Quiénes somos...																															

		Cronograma Diciembre																														
		J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1
Página web																																
	Lanzamiento de demo																															
	Evaluación de funcionalidades																															
	Lanzamiento y evaluación final																															
Facebook																																
	Imágenes de áreas																															
	Funciones de RYE																															
Evaluación de resultados																																

6.10. Plan de monitoreo y valuación (con cronograma)

La fase de monitoreo tiene la implicación de evaluar los productos y acciones tomadas, para mejorar el flujo de información del Departamento de Registro y Estadística, con el fin de reajustar estas actividades, si es necesario para obtener óptimos resultados. Para dicho proceso, es necesario, esperar para que las acciones tomen rumbo, y empiecen a verse efectivas, por lo que la evaluación se realizará en enero de 2017, tres meses después de haber iniciado las propuestas. Al mismo tiempo, se enlistan los indicadores necesarios para facilitar el proceso valorativo.

Tabla 15: plan de monitoreo y evaluación

Problema	Producto	Objetivos	Indicador
Canales deficientes de comunicación	Proyecto de DirCom	<p>Crear un área encargada de crear, guardar y replicar la información.</p> <p>Establecer encargados de hacer fluir la comunicación interna y externa.</p>	<p>Área creada</p> <p>Lista de participantes</p>
	Calendario anual de comunicación	<p>Establecer reuniones estratégicas mensuales.</p> <p>Habilitar un canal de comunicación periódico.</p>	Calendario anual 2017
	Cartelera impresa/digital	Establecer un medio de comunicación rápido y efectivo.	Cantidad de participantes informados
Imagen Corporativa Endeble	Rediseñar el logotipo.	Actualizar el logotipo, en términos de adaptabilidad.	Logotipo aprobado
	Manual de identidad/imagen institucional.	<p>Establecer la imagen institucional.</p> <p>Promover la línea gráfica institucional</p> <p>Adecuar la identidad/imagen institucional a cada una de las áreas,</p>	Manual de identidad aprobado.

		papelería y plataformas.	
Bajo clima organizacional	Plan de capacitación	Establecer un plan de capacitación mensual sobre temas de interés institucional.	Clima laboral ameno.
	Entablar dinámicas de grupo	Crear un calendario de actividades que permitan la dinámica de grupo.	Dinámicas de grupo reestablecidas
Bajo aprovechamiento de canales digitales	Plan de capacitación digital	Conocer a profundidad los canales digitales de la institución.	Crecimiento de seguidores en redes sociales y página web.
	Rediseñar la página web	Crear un diseño intuitivo, amigable y con diseño adaptable.	Cantidad de usuarios interactuando por día.
	Fanpage de facebook	Optimizar los canales digitales para establecer una respuesta pronta y adecuada. Canalizar la opinión de las personas	Cantidad de usuarios interactuando por día.

Elaboración propia en el marco de la estrategia de comunicación organizacional en el RYE USAC. Guatemala, 2016.

6.11. Visión del futuro

El Departamento tiene los recursos técnicos y humanos necesarios para tener un plan de comunicación que los proyecte, informe y divulgue la información que los públicos buscan. Por lo que se espera:

- Tener un área específica de comunicación, con personas capacitadas en el tema, quienes convengan la agenda en cuanto a temas de comunicación, así como en la elaboración de mensajes.
- Tener una imagen institucional definida, con una línea gráfica estandarizada en cada una de las herramientas de comunicación.
- Elaborar un plan de capacitación continuo, con temas motivacionales, herramientas digitales y crecimiento personal.
- Priorizar los canales digitales, una opción barata y de alto alcance/impacto con los públicos del RYE USAC.

Conclusiones

1. La fluidez de la información en el Departamento de Registro y Estadística se ve afectado por la baja eficiencia de los canales y medios utilizados, al mismo tiempo, que la información se tergiversa por no llegar de manera oficial.
2. La identidad e imagen institucional del Departamento de Registro y Estadística no posee un plan de gestión de imagen, elementos visuales estandarizados, ni logotipos con calidad adecuada que identifiquen plenamente a la institución.
3. La falta de un plan de capacitación en motivación, liderazgo y dinámicas de grupo, aunado a la falta de objetivos comunes son aspectos que inciden en el bajo clima laboral, así mismo, en la deficiente atención que se brinda al estudiante en algunas oportunidades.
4. La cantidad de personas que asisten a las ventanillas del Departamento de Registro y Estadística se vería disminuido con la optimización de los medios digitales, ya que el RYE posee el recurso técnico y humano para optimizarlos.
5. Los medios de comunicación digital son un recurso alternativo y de bajo presupuesto. La página web es un medio virtual que ha sido dejado de lado, donde el 50% de los participantes de las encuestas indicaron que hacen uso de la misma.

Recomendaciones

1. Es importante la capacitación constante de los colaboradores, ya que permitirá su interacción, al mismo tiempo, que agregar valor al trabajo que realizan diariamente.
2. Es menester la ejecución de un área encargada de la información y comunicación dentro y fuera del Departamento de Registro y Estadística, que vele por la identidad/imagen de la misma institución. Además, de elegir y utilizar los canales con mayor receptividad.
3. La implementación de una línea gráfica normada y estandarizada permitirá que el Departamento de Registro y Estadística logre un impacto visual que coadyuvará a posicionarse en la mente de sus públicos objetivos.
4. La ejecución optimizada de la fanpage, con un servicio de respuesta eficaz y eficiente, provocará que menos personas asistan a las ventanillas para preguntar acerca de trámites, lo que influirá en la cantidad de personas que las visitan.
5. La página web, es un recurso que se debe modernizar, elementos técnicos nuevos para procurar su debida compatibilidad y adaptabilidad a las nuevas tendencias tecnológicas, en esta vía es importante mencionar los teléfonos móviles.

Referencias

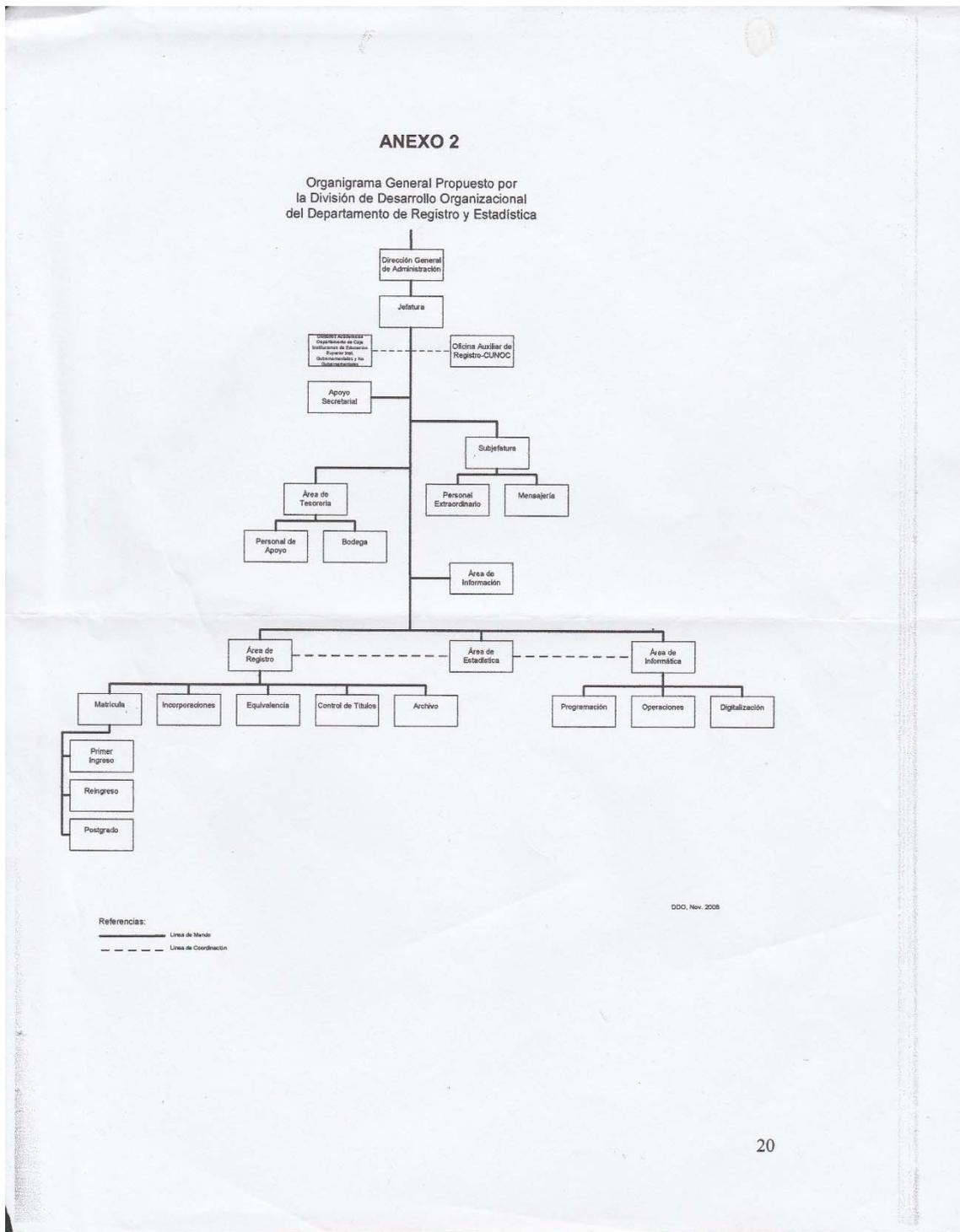
- Aguilar, J. V. (8 de Septiembre de 2008). *Gestiopolis*. Obtenido de Gestiopolis: <http://www.gestiopolis.com/definicion-comunicacion-organizacional/>
- Alcorta, F., & Mantinian, M. (2004). *La Comunicación Institucional, una herramienta estratégica*. Asunción, Paraguay: AGR.
- Alonso, M. d. (2012). *Algunos Apuntes Sobre Comunicación Organizacional*. Estados Unidos: Ewe Editorial Acad MIA Espa Ola.
- Belloch, C. (2012). *Las tecnologías de la información y comunicación en el aprendizaje*. Recuperado el 17 de Marzo de 2015, de <http://www.uv.es/bellochc/pedagogia/EVA1.pdf>
- Blázquez Entonado, F. (2001). Recuperado el 15 de Marzo de 2015, de http://tecnologiaedu.us.es/tecnoedu/images/stories/soc_ed.pdf
- Calduch Cervera, R. (1998). *Métodos y técnicas de Investigación en Relaciones Internacionales -Curso Doctorado-*. Madrid, España. Recuperado el 29 de Julio de 2015, de <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/sdrelint/Metodos.pdf>
- Castells, M. (1997). *La Era de la Información: Economía, Sociedad y Cultura* (Vol. 1). Buenos Aires, Argentina : Siglo XXI, Editores.
- Castillo, A. (2010). *Introducción a las Relaciones Públicas*. España, España: Instituto de Investigación en Relaciones Públicas (IIRP).
- Chiavenato, I. (2005). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. México: Mc Grawhill.
- Civil, C. A. (2012). *Manual de Comunicación para organizaciones sociales*. Argentina: Rivolin SLR.
- DDA. (2002). *Manual de clasificación de Puestos*. Guatemala: División de Administración de Personal. Obtenido de http://sitios.usac.edu.gt/wp_auditoria/wp-content/uploads/2014/10/DARH-Manual-puestos.pdf

- Distancia, U. N. (s.f.). *Universidad Nacional Abierta y a Distancia*. Obtenido de Universidad Nacional Abierta y a Distancia: http://datateca.unad.edu.co/contenidos/208041/Modulo_EXE/leccin_13_enfoque_mixto_de_la_investigacin.html
- Fernández, C., & Galguera, L. (2009). *Teoría de la Comunicación*. México: McGrawHill.
- Fernández, C., & Galguera, L. (2009). *Teorías de la Comunicación*. México: McGraw Hill.
- Gómez, M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Córdoba, Argentina: Brujas.
- Greimas, A. J., & Courtes, J. (1984). *Semiótica, Diccionario Razonado de la Teoría del Lenguaje*. (E. Ballón Aguirre, & H. Campodónico Carrión, Trads.) Madrid: Gredos. Recuperado el 2015
- Guasch Estévez, J. L. (Octubre-Diciembre de 2009). El Burocratismo a la luz del socialismo en el siglo XXI. *Temas*(48-57). Obtenido de <http://www.rebelion.org/docs/99990.pdf>
- Hernández, T. d. (2013). *slideShare*. Obtenido de slideShare: <http://es.slideshare.net/TessieAlejo/qu-es-la-comunicacin-organizacional>
- Interiano, C. (2006). *Elementos de Persuasión*. Guatemala: Fenix.
- Interiano, C. (2006). *Semiología y Comunicación* (8 ed.). Guatemala: Fenix.
- Joseph, C. (2016). *La Voz de Houston*. (E. P. Vivas, Editor) Obtenido de La Voz de Houston: <http://pyme.lavoztx.com/cules-son-las-funciones-de-la-comunicacin-en-una-empresa-11275.html>
- Mi Espacio*. (s.f.). Obtenido de Mi Espacio: <http://www.infosol.com.mx/espacio>
- Normas y Reglamentos del Departamento de Registro y Estadística*. (s.f.).
- Organizacional, D. -D. (2007). *Informe Ejecutivo de Cultura Organizacional*. Obtenido de http://sitios.usac.edu.gt/wp_ddo/wp-content/uploads/2015/01/INFORME-EJECUTIVO-CULTURA-ORG-2007-FINAL.pdf

- Pedroni, A. M. (2004). *Semiología* (1ra. ed.). Guatemala: Editorial Universitaria.
- Petrella, C. (2007). *Análisis de la Teoría Burocrática, aportes para la comprensión del Modelo Burocrático*. Uruguay.
- Piloña Ortiz, G. (2008). *Guía Práctica sobre Métodos y técnicas de Investigación Documenta y de Campo* (Séptima Edición ed.). Guatemala: GP Editores.
- RAE. (2016). *Rae*. Obtenido de RAE: <http://www.rae.es/>
- Robledo, M. G. (Marzo de 2012). *Miralbag*. Obtenido de Miralbag: <http://miralbag.blogspot.com/2012/03/comunicacion-organizacional-concepto-e.html>
- Romo, D. F. (2011). *Mediaciones Sociales*. Recuperado el 20 de Mazro de 2015, de http://pendientedemigracion.ucm.es/info/mediars/BibliotecaMS/resources/Biblioteca/167-170-Biblioteca-MMSS8-_3_.pdf
- Schnaider, R., Zarowsky, M., & Llamazares, K. (2005). *Comunicación para Principiantes*. Buenos Aires, Argentina: Era Naciente SLR.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones: Elementos para una teoría de la Comunicacion Digital Interactiva*. Barcelona , España: Gedisa S.A. .
- Siles, I. (2007). *Cibernética y sociedad de la información: el retorno de un sueño eterno*. Recuperado el 11 de Marzo de 2015, de <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/File/4615/3582>
- Vega Almeida, R. L. (2007). *Influencia del Paradigma Tecnológico en la Organización de la Información*. Obtenido de http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol15_02_07/aci06207.htm
- Velásquez Rodríguez, C. A. (2006). *Teoría de la Mentira, Introducción a la Semiótica* (Segunda Edición ed.). Guatemala: ECOediciones.

Anexos

7.1. Anexo 1: Organigrama



Anexo 1: segundo organigrama de Registro y Estadística. Proporcionado por el Departamento de Tesorería de Registro y Estadística.

7.2. Anexo 2: Instrumentos para el diagnóstico

Tabla Bibliográfica					
Nombre del documento:					
Fecha de Consulta:					
Acceso	Excelente		Regular		Malo
Tipo de comunicación	Externa		Interna		Mixta
Formato:	Digital		Impreso		Ambos
Datos consultados:					
1.					
2.					
3.					
Observaciones:					

Guía de observación			
Objeto de observación			
Fecha de realización			
Tipo de comunicación	Externa		Interna
Observaciones			
Situación actual		Posibles mejoras	

Guía de Entrevista: Jefes

Fecha		Hora	
Entrevistado			
Puesto			
Departamento			
Tema:			
Preguntas estructuradas	Comunicación Interna		
	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cuáles son las funciones de este departamento/área? 2. ¿Cuáles son sus funciones principales? 3. ¿Qué otras funciones le corresponden cumplir? 4. ¿Cómo se comunica con sus encargados de área? <ol style="list-style-type: none"> a. ¿Con qué periodicidad lo realiza? b. ¿Qué canales utiliza para hacerlo? 5. ¿Cómo se comunica con sus colaboradores? <ol style="list-style-type: none"> a. ¿Con qué periodicidad lo realiza? b. ¿Qué canales utiliza para hacerlo? 6. ¿Qué medios o canales utiliza su equipo de trabajo para comunicarse con usted? 7. ¿Cuáles son las funciones del Departamento? 8. ¿Cómo debe actuar si surge algún problema? 9. ¿Cómo es la relación entre usted y su equipo de trabajo? 10. ¿Cómo es la relación entre su equipo de trabajo? 11. Puede mencionar tres ideas principales de la misión y visión del Departamento. 		
	Comunicación Externa		
<ol style="list-style-type: none"> 12. ¿Conoce a sus públicos objetivos, las personas a las que les interesa Registro y Estadística? 13. ¿Qué hacer en una crisis externa? 14. ¿Cuáles son los medios que más utilizan sus públicos? 15. ¿Existen protocolos para estructurar la imagen institucional? <ol style="list-style-type: none"> a. ¿Cómo se manejan? b. ¿Dónde se pueden consultar? 16. ¿Cómo es el proceso para elaboración de material gráfico? 17. 			

	Comunicación mixta
	18. ¿Qué problemas de comunicación puede notar 19. ¿Cómo solucionaría dicha problemática?
Preguntas no estructuradas	Comunicación interna
	Comunicación Interna
	Comunicación Mixta
Elementos para recordar	
Problemas encontrados	
Propuesta de soluciones	

Guía de Entrevista: Encargados			
Fecha		Hora	
Entrevistado			
Puesto			
Departamento			
Tema:			
Preguntas estructuradas	Comunicación Interna		
	1. ¿Cuáles son las funciones de este departamento/área? 2. ¿Cuáles son sus funciones principales? 3. ¿Qué otra función le corresponde cumplir? 4. ¿Cómo se comunica con otros encargados de área? a. ¿Con qué periodicidad lo realiza? b. ¿Qué canales utiliza para hacerlo? 5. ¿Cómo se comunica con sus colaboradores? a. ¿Con qué periodicidad lo realiza? b. ¿Qué canales utiliza para hacerlo? 6. ¿Qué medios o canales utiliza su equipo de trabajo para comunicarse con usted? 7. ¿Cuáles son las funciones del Departamento? 8. ¿Cómo debe actuar si surge alguna crisis? 9. ¿Cómo es la relación entre usted y su equipo de trabajo? 10. ¿Cómo es la relación entre su equipo de trabajo? 11. ¿Puede mencionar tres ideas principales de la misión y visión del Departamento?		
	Comunicación Externa		
	12. ¿Realizan publicaciones de algún tipo? a. ¿Cuál? 13. ¿La información con la que trabaja el departamento/área puede ser publicada por alguno de los medios? 14. ¿Existen protocolos para estructurar la imagen institucional? a. ¿Cómo se manejan? b. ¿Dónde se pueden consultar?		
	Comunicación mixta		
	15. ¿Qué problemas de comunicación puede notar? 16. ¿Cómo solucionaría dicha problemática?		

Preguntas no estructuradas	Comunicación interna
	Comunicación Interna
	Comunicación Mixta
Elementos para recordar	
Problemas encontrados	
Propuesta de soluciones	

Guía de Entrevista: responsables			
Fecha		Hora	
Entrevistado			
Puesto			
Departamento			
Tema:			
Preguntas estructuradas	Comunicación Interna		
	1. ¿Cuáles son sus funciones principales?		
	2. ¿Qué otras funciones le corresponden cumplir?		
	3. ¿Qué hacer en una crisis interna?		
	Comunicación Externa		
	4. ¿Hace cuánto que está encargado del medio/publicación?		
	5. ¿Con qué periodicidad realiza publicaciones?		
	6. ¿Qué grupos objetivo identifica?		
	7. ¿Cuál es el mejor horario para realizar publicaciones?		
	8. ¿Existen protocolos para estructurar la imagen institucional?		
	a. ¿Cómo se manejan?		
	b. ¿Dónde se pueden consultar?		
	9. ¿Cómo es el proceso para elaboración de material gráfico?		
	Comunicación mixta		
10. ¿Qué problemas de comunicación puede notar?			
11. ¿Cómo solucionaría dicha problemática?			
12. ¿Si surge algún problema sabe a hacer?			
13. ¿Qué hacer en una crisis?			
14. ¿Cómo consigue o recibe la información que publica?			

Preguntas no estructuradas	Comunicación interna
	Comunicación Interna
	Comunicación Mixta
Elementos para recordar	
Problemas encontrados	
Propuesta de soluciones	

Comunicación Interna: Colaboradores

La siguiente encuesta se realiza para indagar sobre los procesos de comunicación interna del Departamento de Registro y Estadística de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Las respuestas que usted brinde son importantes y aportarán información para mejorar la comunicación interna de dicho de departamento. Subraye la respuesta de su interés. **Es totalmente anónimo.**

Puesto que ocupa:

Área a la que pertenece:

Tiempo de laborar en la institución:

Identidad Institucional

1. ¿Conoce la misión del Departamento de Registro y Estadística?

- a. Sí b. No

2. Si la respuesta anterior es afirmativa, escriba 5 palabras de la misión del Departamento de Registro y Estadística

- a. _____
b. _____
c. _____
d. _____
e. _____

3. ¿Conoce la visión del Departamento de Registro y Estadística?

- a. Sí b. No

4. Si la respuesta anterior es afirmativa, escriba 5 palabras de la visión del Departamento de Registro y Estadística

a. _____

b. _____

c. _____

d. _____

e. _____

5. ¿Conoce los valores del Departamento de Registro y Estadística?

a. Sí b. No

6. Si la respuesta anterior es afirmativa, mencione tres valores que conozca del Departamento de Registro y Estadística

a. _____

b. _____

c. _____

7. Describa brevemente el logotipo de Registro y Estadística. (Colores, formas, fondos, tipografía, significado, etc.)

Clima laboral

8. Las relaciones interpersonales en su área son:

- a. Óptimas
- b. Buenas
- c. Regulares
- d. Malas
- e. Pésimas

9. Trabajar con un grupo de compañeros para la realización de un proyecto o actividad específica, es para Ud.:

- a. Totalmente complicado
- b. Poco complicado
- c. Ni complicado, ni sencillo
- d. Poco sencillo
- e. Totalmente sencillo

10. Se siente orgulloso de pertenecer a la Universidad de San Carlos de Guatemala:

- a. Siempre
- b. La mayoría de veces sí
- c. Algunas veces sí, algunas veces no
- d. La mayoría de veces no
- e. Nunca

11. Se siente orgulloso de laborar en el Departamento de Registro y Estadística:

- a. Siempre
- b. La mayoría de veces si
- c. Algunas veces sí, algunas veces no
- d. La mayoría de veces no
- e. Nunca

12. La resolución de conflictos por parte de su líder próximo es:

- a. Óptimo
- b. Bueno
- c. Regular
- d. Malo
- e. Pésimo

13. Los recursos que el departamento pone a su disposición para el desempeño de sus labores son:

- a. Óptimos
- b. Buenos
- c. Regulares
- d. Malos
- e. Pésimos

14. El ambiente en su espacio de trabajo es:

- a. Óptimo
- b. Bueno
- c. Regular
- d. Malo
- e. Pésimo

Inducción y capacitación

15. ¿Conoce sus atribuciones?

- a. Sí
- b. No

16. Mencione 3 atribuciones que le corresponden

- f. _____
- g. _____
- h. _____

17. Sabe a quién acudir si tiene problemas en su trabajo

- a. Siempre
- b. La mayoría de veces sí
- c. Algunas veces sí, algunas veces no
- d. La mayoría de veces no
- e. Nunca

18. En su área, ¿existe capacitación sobre temas relacionados a su trabajo?

- a. Siempre
- b. La mayoría de veces sí
- c. Algunas veces sí, algunas veces no
- d. La mayoría de veces no
- e. Nunca

19. Mencione 3 temas de los que es importante recibir capacitación

- i. _____
- j. _____
- k. _____

Comunicación en crisis

20. ¿Sabe qué hacer en el momento de una crisis de comunicación?

- a. Siempre
- b. La mayoría de veces sí
- c. Algunas veces sí, algunas veces no
- d. La mayoría de veces no
- e. Nunca

21. ¿Sabe a quién acudir en el momento de una crisis de comunicación?

- a. Siempre
- b. La mayoría de veces sí
- c. Algunas veces sí, algunas veces no
- d. La mayoría de veces no
- e. Nunca

22. ¿Existe algún documento donde puede consultar qué hacer en el momento de una crisis de comunicación?

l. Sí

m. No

23. Defina brevemente lo que significa para usted: “comunicación en crisis”

Comunicación institucional

24. ¿Por cuáles canales recibe información del Departamento?

- a. Reuniones
- b. Publicaciones institucionales
- c. Cartelera
- d. Circulares, cartas o memos
- e. Correo electrónico
- f. Intranet
- g. Redes sociales
- h. Página Web
- i. Otro(s): _____

25. ¿Por cuáles canales le gustaría recibir información del Departamento?

- a. Reuniones
- b. Publicaciones institucionales
- c. Cartelera
- d. Circulares, cartas o memos
- e. Correo electrónico
- f. Intranet
- g. Redes sociales
- h. Página Web
- i. Otro(s): _____

26. La comunicación con sus superiores se realiza de manera efectiva:

- a. Siempre
- b. La mayoría de veces sí
- c. Algunas veces sí, algunas veces no
- d. La mayoría de veces no
- e. Nunca

27. La comunicación con compañeros de su área se realiza de manera efectiva:

- a. Siempre
- b. La mayoría de veces sí
- c. Algunas veces sí, algunas veces no
- d. La mayoría de veces no
- e. Nunca

28. La comunicación con otras áreas se realiza de manera efectiva:

- a. Siempre
- b. La mayoría de veces sí
- c. Algunas veces sí, algunas veces no
- d. La mayoría de veces no
- e. Nunca

Comunicación externa

29. Si atiende a estudiantes, profesionales o personas externas. Cuáles son las preguntas más frecuentes que realizan estas las personas que atiende en cuanto a los trámites que realiza en su área.

- a. _____
- b. _____
- c. _____
- d. _____
- e. _____

Cuestionario de Comunicación Externa

La siguiente encuesta se realiza para indagar sobre los procesos de comunicación externa del y la imagen que proyecta el Departamento de Registro y Estadística de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Las respuestas que usted brinde son importantes y aportarán información para mejorar la comunicación interna de dicho de departamento. Subraye la respuesta de su interés. **Es totalmente anónimo.**

Edad:

¿De dónde visita Registro y Estadística?

- a. Institución externa (instituto/colegio)
- b. Campus Central (Unidad académica/departamento)
- c. Centro Regional
- d. Centro Universitario Metropolitano -CUM-
- e. Otro: _____

Motivo de su visita a Registro y Estadística:

- a. Primer ingreso
- b. Reingreso
- c. Postgrado
- d. Trámites administrativos (traslado, carreras simultáneas, cambio de carrera)
- e. Información para institución externa (instituto/colegio)
- f. Información para unidad académica/centro/departamento (USA C)
- g. Otro: _____

Aspectos Generales

1. ¿Conoce las funciones del Departamento de Registro y Estadística?

- a. Sí
- b. No

2. Seleccione las funciones que usted cree que le competen a Registro y Estadística:

- a. Inscripciones
- b. Incorporaciones
- c. Equivalencias de cursos
- d. Estadísticas
- e. Eventos Electorales
- f. Registro de títulos y grados académicos
- g. Trámites Administrativos (traslados, carreras simultáneas, cambio de carrera)
(traslados, carreras simultáneas, cambio de carrera)
- h. Archivo Estudiantil

3. Escriba la ubicación del Departamento de Registro y Estadística

Canales de Comunicación

4. ¿Por cuáles canales ha consultado información de Registro y Estadística?

- a. Cartelera
- b. Correo electrónico
- c. Boletín
- d. Redes Sociales
- e. Página Web
- f. Mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram, SMS)
- g. Otro: _____

5. ¿Por cuáles canales le gustaría recibir o consultar información acerca de Registro y Estadística?

- a. Cartelera
- b. Correo electrónico
- c. Boletín
- d. Redes Sociales
- e. Página Web
- f. Mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram, SMS)
- g. Otro: _____

6. ¿Por cuáles canales puede recibir o consultar información acerca de Registro y Estadística?

- a. Cartelera
- b. Correo electrónico
- c. Boletín
- d. Redes Sociales
- e. Página Web
- f. Mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram, SMS)
- g. Otro: _____

7. ¿Por cuáles medios le gustaría consultar información acerca de Registro y Estadística?

- a. Computadora de escritorio
- b. Computadora portátil
- c. Smartphone
- d. Tablet
- e. Cara a cara
- h. Otro: _____

8. ¿Ha consultado información a través de la página web de Registro y Estadística?

- a. Sí
- b. No

9. ¿Ha consultado información a través de la página de Facebook de Registro y Estadística?

- a. Sí
- b. No

10. ¿Ha consultado información a través de los correos institucionales de Registro y Estadística?

- a. Sí
- b. No

Servicio e información

11. ¿Cómo evalúa el servicio del Departamento de Registro y Estadística?

- a. Óptimo
- b. Bueno
- c. Regular
- d. Malo
- e. Pésimo

12. Cuando busco información de algún procedimiento que se realiza en Registro y Estadística, encontrar dicha información es:

- a. Totalmente complicado
- b. Poco complicado
- c. Ni complicado, ni sencillo
- d. Poco sencillo
- e. Totalmente sencillo

13. ¿La información que necesito es brindada rápidamente?

- a. Siempre
- b. La mayoría de veces sí
- c. Algunas veces sí, algunas veces no
- d. La mayoría de veces no
- e. Nunca

14. ¿La información que necesito es brindada eficazmente?

- a. Siempre
- b. La mayoría de veces sí
- c. Algunas veces sí, algunas veces no
- d. La mayoría de veces no
- e. Nunca

15. ¿La información que necesito es totalmente comprensible?

- a. Siempre
- b. La mayoría de veces sí
- c. Algunas veces sí, algunas veces no
- d. La mayoría de veces no
- e. Nunca

7.3. Anexo 3: Cartas Administrativas



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Departamento de Registro y Estadística

	RECIBIDO <i>Maria Du</i>
FECHA	11/05/16
HORA	13:00 hrs.
POSTGRADO	

Escuela de Ciencias de la Computación
DIRECCIÓN DE POSTGRADO

Ref.SJ-No.331-2016
Guatemala, 10 de mayo de 2016

Maestro
Gustavo Morán
Director
Departamento de Estudios de Postgrado
Universidad de San Carlos de Guatemala

Maestro Morán:

En respuesta a su oficio Of.Postgrado 206-2016, tenemos a bien informarle que ha sido aceptada la solicitud para que el Licenciado Pablo Alexander Dávila carné No. 200811287 realice su Práctica Supervisada en este Departamento durante el período de tres meses, mayo a julio, que según expresa en su oficio.

Sin otro particular, atentamente.

"Id y Enseñad a Todos"

Ing. Sergio Roberto Barrios Sandoval
Subjefe



DS/c. correlativo

Departamento de Registro y Estadística

RECIBIDO	<i>M. Jucas</i>
FECHA	24/05/16
HORA	15:16 hrs.
POSTGRADO	



Ref.SJ-No.370-2016
Guatemala, 20 de mayo de 2016

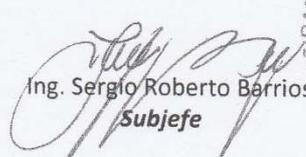
Maestro
Gustavo Morán
Director
Departamento de Estudios de Postgrado
Universidad de San Carlos de Guatemala

Maestro Morán:

En referencia a nuestro oficio **Ref.SJ-No.331-2016**, de autorización de la Práctica Supervisada del Licenciado Pablo Dávila, confirmamos el período de realización de la misma, siendo hasta el mes de Septiembre del año en curso, según lo indica su oficio Of.Postgrado 206-2016.

Sin otro particular, atentamente.

"Id y Enseñad a Todos"


Ing. Sergio Roberto Berríos
Subjefe



COPIA
Original Firmado por
Dr. Luis Felipe Irías Cárdenas
Jefe de Registro y Estadística

Vo.Bo. Doctor Luis Felipe Irías
Jefe

DS/c. correlativo

Guatemala, 23 de septiembre de 2016

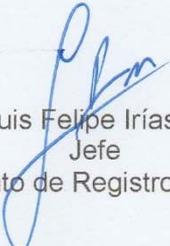
Maestro
Gustavo Adolfo Morán Portillo
Director
Departamento de Estudios de Posgrado
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria
Presente

Estimado Mtro. Morán:

Le saludo cordialmente, a la vez, se hace de su conocimiento que se ha recibido satisfactoriamente **la Estrategia de Comunicación Organizacional con los productos tales como:** a) Proyecto de Área de Comunicación b) Rediseño de logotipo, c) Manual de Identidad Institucional d) Plan de Capacitación de Herramientas Digitales e) Rediseño de página web f) Elaboración de Fanpage de Facebook; y cuyo respaldo fue el diagnóstico realizado en el Departamento de Registro y Estadística, proceso que se llevó a cabo en los meses de mayo a septiembre de 2016, por **Pablo Alexander Dávila Montenegro**, carné 2008 11287, estudiante de la maestría en Comunicación Organizacional de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Para el Departamento de Registro y Estadística, es importante la asesoría y productos generados en materia de comunicación y de los cuales algunos aspectos ya fueron implementados. La propuesta seguirá siendo implementada ya que fortalece nuestros procesos comunicacionales.

Sin otro particular, atentamente:


Dr. Luis Felipe Irías Girón
Jefe
Departamento de Registro y Estadística

