

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**  
**Escuela de Ciencias de la Comunicación**

**ESTRATEGIA PARA IMPLEMENTAR EL SISTEMA INTEGRAL PARA REGISTRO  
DE OPERACIONES DE COMUNICACIÓN SOCIAL EXTERNA DE LA SAT**

**María Gabriela Palacios Valiente**

**Guatemala, octubre 2019**

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**  
**Escuela de Ciencias de la Comunicación**

**ESTRATEGIA PARA IMPLEMENTAR EL SISTEMA INTEGRAL PARA REGISTRO  
DE OPERACIONES DE COMUNICACIÓN SOCIAL EXTERNA DE LA SAT**

**Trabajo de tesis presentado por**

**María Gabriela Palacios Valiente**

**Previo a optar al título de  
Licenciado (a) en Ciencias de la Comunicación**

**Nombre del Asesor**

**Licenciado Maynor Humberto Caballeros Aguilar**

**Guatemala, octubre 2019**

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación

**Director**

M Sc. Sergio Vinicio Morataya García

**Consejo Directivo**

**Representantes Docentes**

Lic. Mario Enrique Campos Trigilio  
M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo

**Representantes Estudiantes**

Gabriela Eugenia Menegazzo Cu  
Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

**Representante Egresado**

M.A. Johnny Michael González Batres

**Secretario**

M. Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

**Tribunal Examinador**

Lic. Maynor Humberto Caballeros Aguilar	Presidente
M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo	Revisor
M.A. Rony Edily Zúñiga Najarro	Revisor
M.A. Oscar René Paniagua Carrera	Examinador
M.A. Juan Alberto González Jacobo	Examinador
M.A. Jairo Rafael Alarcón Rodas	Suplente



## Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

235-15

Guatemala, 14 de octubre de 2015

**Dictamen aprobación 115-15**

Comisión de Tesis

Estudiante

**María Gabriela Palacios Valiente**

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala

Estimado(a) estudiante **Palacios**:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Comisión de Tesis en el inciso 1.1 del punto 1 del acta 12-2015 de sesión celebrada el 14 de octubre de 2015 que literalmente dice:

**1.1 Comisión de Tesis acuerda:** A) Aprobar al (la) estudiante *María Gabriela Palacios Valiente*, carné 199813844, el proyecto de tesis **ESTRATEGIA PARA IMPLEMENTAR EL SISTEMA INTEGRAL AUTOMATIZADO PARA REGISTRO DE OPERACIONES RECURRENTE DE LA SUB GERENCIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL EXTERNA DE LA SUPERINTENDENCIA DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA**. B) Nombrar como asesor(a) a: *Licenciado Maynor Humberto Caballeros Aguilar*.

Asimismo, se le recomienda tomar en consideración el artículo número 5 del REGLAMENTO PARA LA REALIZACIÓN DE TESIS, que literalmente dice:

..."se perderá la asesoría y deberá iniciar un nuevo trámite, cuando el estudiante decida cambiar de tema o tenga un año de haberse aprobado el proyecto de tesis y no haya concluido con la investigación." (lo subrayado es propio).

Atentamente,

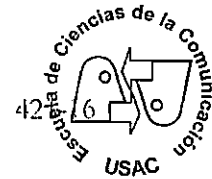
**ID Y ENSEÑAD A TODOS**

  
M.A. Aracelly Merida  
Coordinadora Comisión de Tesis





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



Guatemala, 18 de octubre de 2016  
Comité Revisor/ NR  
Ref. CT-Akmg 090-2016

Estudiante  
María Gabriela Palacios Valiente  
Carné 199813844  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante Palacios

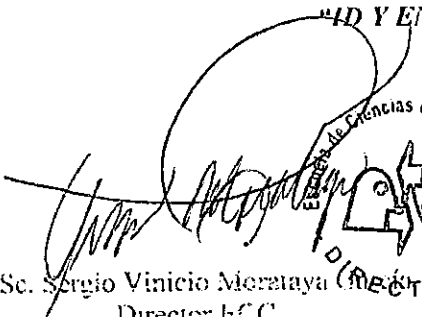
De manera atenta nos dirigimos a usted para informarle que esta comisión nombro al COMITÉ REVISOR DE TESIS para revisar y dictaminar sobre su tesis *"ESTRATEGIA PARA IMPLEMENTAR EL SISTEMA INTEGRAL AUTOMATIZADO PARA REGISTRO DE OPERACIONES RECURRENTES DE LA SUB GERENCIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL EXTERNA DE LA SUPERINTENDENCIA DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA"*.

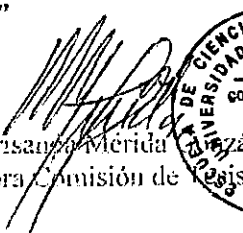
Dicho comité debe rendir su dictamen en un plazo no mayor de 15 días calendario a partir de la fecha de recepción y está integrado por los siguientes profesionales:


Lic. Maynor Humberto Caballeros Aguilar	presidente(a)
M.A. Gustavo Adolfo Morán Portilio	revisor(a)
M.A. Rony Edily Zúñiga Najarro	revisor(a)

Atentamente.

"D Y ENSEÑAD A TODOS"

 M.Sc. Sergio Vinicio Morataya  
Director ECC

 Dra. Aracelly Krysanto Merida  
Coordinadora Comisión de Tesis







**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala



**Autorización informe final de tesis por Terna Revisora**  
Guatemala, 12 de Julio de 2019

M.A.  
Aracelly Mérida,  
Coordinadora  
Comisión de Tesis  
Escuela de Ciencias de la Comunicación,  
Edificio Bienestar Estudiantil, 2do. Nivel.  
Ciudad Universitaria, zona 12

Distinguida M.A. Mérida:

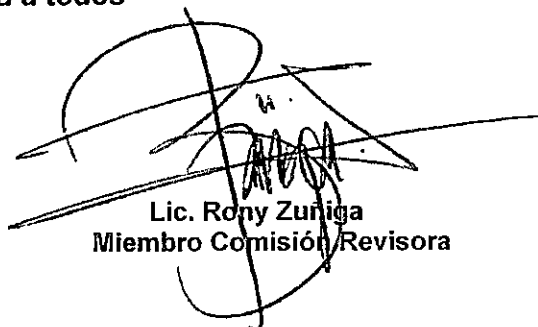
Atentamente informamos a ustedes que el estudiante María Gabriela Palacios Valiente. Carné 199813844. Ha realizado las correcciones y recomendaciones a su TESIS, cuyo título es: Estrategia para Implementar el Sistema Integral Automatizado para Registro de Operaciones Recurrentes de la Sub Gerencia de Comunicación Social Externa de la Superintendencia de Administración Tributaria.

En virtud de lo anterior, se emite DICTAMEN FAVORABLE a efecto de que pueda continuar con el trámite correspondiente.

*"Id y enseñad a todos"*



Lic. Gustavo Morán  
Miembro Comisión Revisora



Lic. Rony Zuñiga  
Miembro Comisión Revisora



Lic. Maynor Caballeros  
Miembro Comisión Revisora

c.c. archivo



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



Guatemala, 24 de julio de 2019  
Tribunal Examinador de Tesis  
CT-Akmg-No.043-19

Estudiante

Maria Gabriela Palacios Valiente  
Carné 1577 34358 1301  
Registro académico 199813844  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante

Por este medio le informamos que se ha nombrado al tribunal examinador para que evalúe su trabajo de investigación con el título: "ESTRATEGIA PARA IMPLEMENTAR EL SISTEMA INTEGRAL AUTOMATIZADO PARA REGISTRO DE OPERACIONES RECURRENTE DE LA SUB GERENCIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL EXTERNA DE LA SUPERINTENDENCIA DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA", siendo ellos:

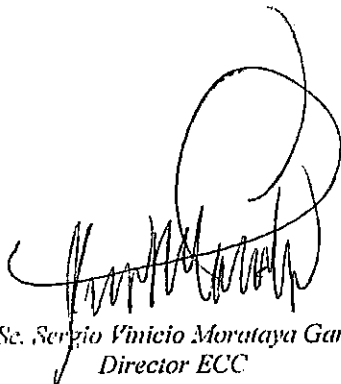
Lic. Maynor Humberto Caballeros Aguilar	Presidente(a)
M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo	Revisor(a)
M.A. Rony Edily Zúñiga Najjarro	Revisor(a)
M.A. Oscar Renén Paniagua Carrera	Examinador
M.A. Juan Alberto Gonzalez Jacobo	Examinador
M.A. Jairo Rafael Alarcón Rodas	Suplente

La fecha de su examen privado se la estará confirmando la M.Sc. Claudia Molina, secretaria de la escuela a quien ya posee su correo electrónico y número de celular, por lo que solicitamos este pendiente del mismo.


Deseándole éxitos en esta fase de su formación académica, nos suscribimos.

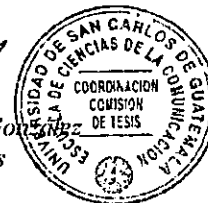
Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

  
M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García.  
Director ECC



  
Dra. Aracelly Krisanella Mérida González  
Coordinadora Comisión de Tesis





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



Guatemala, 01 de octubre de 2019  
Orden de impresión/AR  
Ref. CT-Akmg- No. 031-2019

Licenciado (a)  
Maria Gabriela Palacios Valiente  
Carne 1577 34358 1301  
Registro académico 199813844  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado (a) Licenciado (a):

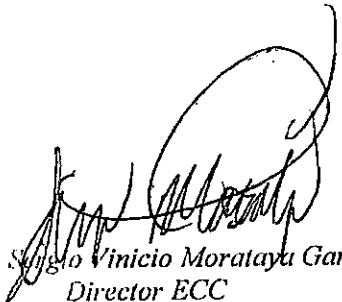
Nos complace informarle que, con base a la autorización de informe final de tesis por asesor, con el título "ESTRATEGIA PARA IMPLEMENTAR EL SISTEMA INTEGRAL PARA REGISTRO DE OPERACIONES DE COMUNICACIÓN SOCIAL EXTERNA DE LA SAT", se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que sean entregados un ejemplar impreso y un disco compacto en formato PDF, en la Biblioteca Central de esta universidad; tres ejemplares y dos discos compactos en formato PDF, en la Biblioteca Flavio Herrera y nueve ejemplares en la Secretaría General de esta unidad académica ubicada en el 2º nivel del Edificio M-2.

Es para nosotros un orgullo contar con un profesional como usted, egresado de esta Escuela, que cuenta con todas las calidades para desenvolverse en cualquier empresa en beneficio de Guatemala, por lo que le deseamos toda clase de éxitos en su vida.

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS

  
M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García  
Director ECC

  
Dra. Aracelly Krisanda Mérida González  
Coordinadora Comisión de



USAC DIRECCION



**ACTO QUE DEDICO A:**

Al buen padre Dios y a nuestra Madre la Virgen María por darme la sabiduría y fortaleza para alcanzar este logro.

A mi familia, por ser mi motor para salir adelante todos los días, aún cuando las pruebas de la vida parecieran imposibles de vencer. ¡Los cuatro contra el mundo con fe, amor, esperanza y alegría!

A mi asesor, por confiar en mí ¡Gracias por todo!

A cada uno de los que me acompañaron en el proceso para culminar esta etapa y cerrar el círculo.

¡Que Dios los bendiga enormemente!

Para efectos legales la autor(a)  
es la única responsable del contenido de este trabajo

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I.....	2
MARCO CONCEPTUAL.....	2
CAPITULO II.....	5
MARCO TEÓRICO.....	5
1. La comunicación.....	5
2. El proceso comunicacional: .....	5
3. La Comunicación como Sistema Social.....	6
3.1 La Teoría Estructuralista: .....	7
3.2 La Teoría de Sistemas.....	8
3.3 La Teoría de la Decisión:.....	9
3.4 La Teoría de Efectividad Organizacional.....	10
4. Antecedentes históricos de la Superintendencia de Administración Tributaria.....	11
4.1 Funciones de la Superintendencia de Administración Tributaria.....	13
4.2 Recurso Humano de la Superintendencia de Administración Tributaria .....	17
4.3 Recursos Financieros de la Superintendencia de Administración Tributaria .....	18
4.4 Régimen de la Superintendencia de Administración Tributaria .....	19
4.5 Organigrama de la Superintendencia de Administración Tributaria.....	19
A. Plan Estratégico Institucional de la Superintendencia de Administración Tributaria...	30
B. Plan Operativo Anual de la Superintendencia de Administración Tributaria.....	31
C. Misión de la Superintendencia de Administración Tributaria .....	32
D. Visión de la Superintendencia de Administración Tributaria.....	33
E. Valores de la Superintendencia de Administración Tributaria.....	34
5. Antecedentes históricos de la Subgerencia de Comunicación Social Externa de la Superintendencia de Administración Tributaria .....	35
5.1 Área de Protocolo y Etiqueta .....	38
5.2 Área de Relaciones Públicas con Medios de Comunicación Masivos.....	38
5.3 Área de Publicidad .....	38
5.4 Área Administrativa financiera .....	38
CAPITULO III.....	40

MARCO METODOLÓGICO .....	40
1. Método de Investigación.....	40
1.1 Método lógico deductivo:.....	40
2. Tipo de Investigación .....	40
2.1 Investigación de Campo:.....	40
3. Objetivos .....	41
3.1 Objetivo General.....	41
3.2 Objetivos Específicos.....	41
4. Técnica.....	41
5. Instrumento.....	41
6. Muestra .....	41
CAPITULO IV .....	42
ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	42
CAPÍTULO V .....	46
PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA .....	46
1. Definición del Problema.....	46
2. Justificación del Problema.....	46
3. Delimitación del Problema.....	48
A. Módulo de Ingreso.....	49
B. Módulo de Consultas .....	69
C. Módulo de Informes.....	70
D. Especificaciones Técnicas del Sistema Propuesto.....	70
E. Análisis de Factibilidad.....	75
CONCLUSIONES.....	78
RECOMENDACIONES .....	79
ANEXOS.....	82

## INTRODUCCIÓN

La investigación que se presenta a continuación trata en relación con la importancia de la Estrategia para Implementar el Sistema Integral para Registro de Operaciones de Comunicación Social Externa de la SAT.

La misma, se compone de cuatro marcos que concatenan todos los elementos que deben considerarse, para poder conocer de forma concreta y sencilla, el proceso que conlleva cada una de las fases que permitirán la ejecución exitosa de este proyecto.

En el Marco Conceptual, se describe el título del tema, antecedentes, justificación, planteamiento del problema, además del alcance y las limitantes de la investigación.

En el Marco Teórico, se enmarcarán algunos conceptos y antecedentes que serán de utilidad para lograr colocar al lector en el contexto de la investigación, se incluirán algunas consideraciones generales de la institución y del área sujeta a investigación.

En el Marco Metodológico, se describe de forma concisa el tipo de investigación realizada, objetivos, técnicas, instrumento y muestra así como un bosquejo general del proyecto.

Asimismo, se presenta el Análisis de Resultados que concluyen que la propuesta planteada lograría la optimización en la administración de la información y la gestión comunicacional de la Institución.

En la Presentación de la Propuesta, de forma general se plantean los elementos que conforman la propuesta, incluyendo factibilidad legal, técnica, operativa, económica y el cronograma de actividades a utilizar para la implementación de la propuesta.

## **CAPITULO I**

### **MARCO CONCEPTUAL**

#### **1. Título del Tema**

Estrategia para Implementar el Sistema Integral para Registro de Operaciones de Comunicación Social Externa de la SAT.

#### **2. Antecedentes**

Derivado de experiencias previas, se planteará la necesidad de presentar una estrategia para implementar un sistema integral que dará una solución factible a la problemática identificada.

Se consultará en diferentes bibliografías y se constará que no exista ningún documento cuyo objeto de estudio sea el planteado en este proyecto.

#### **3. Justificación**

El presente proyecto está diseñado con base a la necesidad de dar solución a la problemática identificada de no contar con un mecanismo automatizado de registros. Esto, con el propósito fundamental de lograr el ordenamiento de la información que maneja el personal asignado a Comunicación Social Externa de la Superintendencia de Administración Tributaria, en cumplimiento a las funciones asignadas.

En tal sentido, se propone una Estrategia para Implementar el Sistema Integral para Registro de Operaciones de Comunicación Social Externa de la SAT, a efecto que sea considerado como un instrumento que facilitará la administración de la información que se genera en atención a las solicitudes de comunicación y divulgación de criterios institucionales que se atienden de forma recurrente por el personal asignado al área de trabajo.

Por lo tanto, siguiendo estas premisas y en el marco contextual en que se desarrolla la presente investigación, se pretende promover un mecanismo que permita estandarizar el registro de operaciones recurrentes que realiza el

equipo de trabajo asignado a Comunicación Social Externa, a efecto de desempeñar las atribuciones delegadas de forma más eficiente y consecuentemente mejorar significativamente la labor que se ejecuta, para el fortalecimiento de la Institución.

#### **4. Planteamiento del problema**

Comunicación Social Externa de la Superintendencia de Administración Tributaria, es el área encargada de ser el enlace entre la institución y la población guatemalteca, por lo que ser el canal de comunicación que permita divulgar la información que se genera en las diferentes áreas administrativas y operativas, es prioritario.

Es por ello que los profesionales de comunicación que están asignados a esta área de trabajo, atienden y direccionan diferentes gestiones administrativas que, en conjunto permiten completar el proceso comunicacional.

En tal sentido, se establecieron mecanismos que permiten clasificar, ordenar y administrar bases de datos y, consecuentemente, lograr la divulgación de mensajes publicitarios informativos, por lo que este proyecto pretende responder al siguiente planteamiento:

*¿Implementar un sistema integral para registro de operaciones de Comunicación Social Externa de la SAT permitirá desarrollar estrategias de comunicación para la divulgación oportuna de información institucional?*

#### **5. Alcances y límites**

##### **5.1 Objeto de Estudio**

Desarrollar una Estrategia para Implementar el Sistema Integral para Registro de Operaciones de Comunicación Social Externa de la SAT.

## **5.2 Limitación Geográfica**

La investigación se realizará en Comunicación Social Externa de la Superintendencia de Administración Tributaria, ubicada en la 7ª. Avenida 3-73, zona 9 de la ciudad capital.

## **5.3 Limitación Temporal**

La presente investigación se realizó durante tres meses contados a partir de junio de 2016.

## **5.4 Limitación Poblacional**

La estrategia será utilizada por 10 personas, sin embargo, los beneficios de la misma será perceptibles por más de 4,500 empleados que conforman el recurso humano de la institución.

## **5.5 Limitación Institucional**

La dependencia en la que se realizará la investigación es la Superintendencia de Administración Tributaria, la cual será la única beneficiaria de la estrategia.



## CAPITULO II

### MARCO TEÓRICO

Previo a introducir al lector a algunas de las consideraciones más importantes de este proyecto, es necesario hacer una reseña de los conceptos y fundamentos que conlleva la comunicación y sus componentes por lo que en aras de enmarcar al lector en el contexto deseado.

Es innegable que como dijo Aristóteles en su libro: *El origen del Estado y la Sociedad "el hombre es un ser social por naturaleza"* (Aristoteles, 2016), por lo tanto necesita de la interacción de otros para lograr un fin y por ello; la comunicación, aunque ésta ha existido desde tiempo inmemorables, ha venido evolucionando para jugar un papel fundamental en el desarrollo de las sociedad.

Son varios los autores que han abordado el tema de la comunicación, su importancia y su aplicación en diferentes ámbitos sociales, sin embargo, para el propósito de este proyecto se delimitará al ámbito de la comunicación social enfocado en el contexto institucional.

A efecto de entrar en materia, se inicia con la conceptualización básica inherente al tema, entre lo que es indispensable resaltar:

#### **1. La comunicación**

Como concepto básico la palabra "comunicación" es una combinación del latín "*communicare*", cuyo significado es "*compartir algo, poner en común*" (Diccionarios.com, 2016) razón por la cual, la comunicación es un fenómeno inherente a la relación que se da naturalmente entre la humanidad que vive en sociedad.

#### **2. El proceso comunicacional:**

Este proceso es esencial ya que implica la emisión de señales entre los cuales puedes clasificarse los sonidos, gestos, códigos lingüísticos, por mencionar algunos, a través de un canal específico con la intención de dar a conocer un

mensaje a un receptor que tenga las habilidades que le permitan decodificar el mensaje e interpretarlo, se necesita considerar varios aspectos que para que la comunicación sea exitosa.

En consecuencia, el proceso luego se revierte cuando el receptor responde y se transforma en emisor con lo que el emisor original pasa a ser el receptor del acto comunicativo, es decir, el proceso se transforma en un fenómeno bidireccional, favoreciendo la necesidad del hombre de comunicarse e interactuar socialmente (Definiciones, 2016 ).

Los elementos que componen el proceso comunicacional (emisor-canal-receptor) también pueden interpretarse como un sistema de signos y reglas que se combinan con la intención de dar a conocer algo, es por ello que el canal el considerado como un medio físico a través del cual se transmite la información, el emisor es la persona quien desea enviar el mensaje y el receptor es el individuo a quien va dirigido el mismo (Definiciones, 2016 ).

Otros elementos del proceso comunicacional que se reconoce que pueden afectar la comunicación son: el ruido, una perturbación que dificulta el normal desarrollo de la señal en el proceso o un mensaje difícil de interpretar por aspectos como por ejemplo, distorsiones en el sonido, la afonía del hablante, la ortografía defectuosa, entre otros, partiendo del comportamiento social del hombre. (Definiciones, 2016 )

Sin embargo, la necesidad del hombre de transmitir información a sus semejantes ha permitido la evolución del proceso comunicacional, facilitando las relaciones interpersonales de los individuos.

### **3. La Comunicación como Sistema Social**

El análisis de la comunicación como un sistema social se centra en tres ejes principales: *la tendencia natural en la que los medios de comunicación son instrumentos de control social*, en complemento a ello, *la importancia de los*

*medios de comunicación para la organización institucional de las funciones sociales y finalmente, el proceso de cómo las instituciones sociales pueden ser de por sí, medios de comunicación.* (Parsons, 1951, págs. 118-119)

En este contexto, en consideración de la problemática abordada en este estudio, se encuentra fundamento de análisis para ésta y para sus posibles soluciones tangibles en las principales teorías de la comunicación social, entre las cuales se analizan:

### **3.1 La Teoría Estructuralista:**

Misma que a su vez, encuentra sus bases de análisis en la lingüística y la comunicación. Creada por *Ferdinand Saussure*, investigador, comunicador y profesional de la Lingüística en el año 1917. Esta teoría considera que hay cuatro elementos comunes en todas aquellas entidades o instituciones: autoridad, comunicación, estructura de comportamiento y estructura de formalización (Estructuralismo, 2016).

Esto, tiene una íntima relación con la comunicación por el hecho de que, desde el enfoque de esta teoría, la sociedad, se construye bajo determinadas normas o estructuras que le son brindadas y éstas sólo son efectivas de acuerdo a la percepción de los sentidos de cada individuo que conforma dicha sociedad. Sin embargo, existe un factor riesgo en este punto, pues los sentidos del ser humano pueden ser altamente susceptibles al engaño.

De ello deviene que la comunicación, debe analizar estructuras lógicas para transmitir así de mejor manera los mensajes comunicacionales que transmite a la sociedad y que ésta a su vez, construya estructuras lógicas congruentes a los mensajes percibidos. De modo que la efectividad de la comunicación sea siempre efectiva y eficaz, lo cual siempre debe ser el objetivo de toda comunicación (Estructuralismo, 2016).

La teoría estructuralista estudia la relación entre ambos tipos de organización, la formal y la informal desde un enfoque múltiple. Se sitúa en el problema de las relaciones entre la organización formal e informal de la ejecución de una empresa, por lo que permite la búsqueda de optimización en el manejo de los recursos de cada empresa o entidad que busca una mejor ejecución y por ende brinda a corto, mediano o largo plazo, mejoría de calidad de ejecución para la misma, así como también calidad de vida para su recurso humano, trascendiendo a quienes perciben los resultados de dicha ejecución (Estructuralismo, 2016).

De igual manera, existen otras teorías que se concatenan con esta teoría y que fundamentan las principales premisas de este estudio, entre las cuales destacan:

### **3.2 La Teoría de Sistemas**

Creada con base a los trabajos investigativos del alemán Ludwig Von Bertalanffy, publicados entre 1950 y 1968. De acuerdo con esta teoría, sus fundamentos básicos son:

“1. Los sistemas existen dentro de sistemas: cada sistema existe dentro de otro más grande” (Teoría de Sistemas, 2016).

De ello que el interés de la Teoría de Sistemas sea, “analizar las características y parámetros que se establecen para todos los sistemas”.

Mientras que hablando en el contexto administrativo, las entidades o empresas a través de esta teoría, se ven como “una estructura que se reproduce y se visualiza a través de un sistema de toma de decisiones, tanto individual como colectivamente” (Teoría de Sistemas, 2016).

Asimismo, dentro de este contexto, esta teoría también pone en la balanza, los antecedentes históricos de la evolución existente entre hombre-máquina;

así como los resultados que ésta representa y podría representar para el desempeño de una entidad o empresa, por ende para la sociedad, puntualizando en este sentido que:

“La teoría de las relaciones humanas amplió el enfoque hombre-máquina a las relaciones entre las personas dentro de una organización. Provocó una profunda revisión de criterios y técnicas gerenciales” (Teoría de Sistemas, 2016).

De igual manera, que ésta, se liga de estricta manera con la Teoría Estructuralista de la cual se hizo previa mención por el hecho de que:

“La teoría estructuralista concibe la empresa como un sistema social, reconociendo que hay tanto un sistema formal como uno informal dentro de un sistema total integrado” (Teoría de Sistemas, 2016).

En este contexto, es importante hacer mención que ambas teorías vinculan sus principios con la propuesta planteada en este estudio en cuanto a la creación de un sistema integral para registro de operaciones y que éste sea aplicado en Comunicación Social Externa de la Superintendencia de Administración Tributaria, debido a que con este se crearía un puente de interacción entre la labor humana realizada hasta la fecha y la optimización de labores que se puede generar de forma sistematizada de forma que los resultados obtenidos sean mucho más eficientes y de mejor calidad, por ende tanto la unidad ejecutora como la sociedad se vea beneficiada.

Esto, con base también en lo que se plantea una nueva teoría, la cual se indica a continuación:

### **3.3 La Teoría de la Decisión:**

“Es aquella en donde la entidad o empresa se ve como un sistema de decisiones, ya que todos los participantes de la empresa toman decisiones

dentro de una maraña de relaciones de intercambio, que caracterizan al comportamiento organizacional.” (Teoría de Sistemas, 2016).

Es por tal razón, que el papel que juegan las instituciones actualmente para divulgar información de interés para la sociedad es primordial, principalmente cuando se enfoca en un campo específico y la Superintendencia de Administración Tributaria, no es la excepción.

Esto es importante recalcarlo, por el hecho de que la toma de decisiones es crucial al momento de mejorar la efectividad organizacional, ya que cualquier entidad o empresa, depende de su efectividad, aun cuando se perciba a sí misma como un solo sistema general autónomo.

Dentro de este contexto, la falta de un sistema integral generalizado que apoye en el sentido de mejorar la efectividad organizacional que a la fecha se maneja dentro de Comunicación Social Externa de la Superintendencia de Administración Tributaria –SAT- resulta primordial para que, no solamente la comunicación que se transmita a la sociedad sea la adecuada, sino los procesos internos se realicen de una forma más efectiva y efectiva tanto a corto, como mediano y largo plazo.

Esto de se refleja en lo que indica la última teoría que se analiza en este estudio.

#### **3.4 La Teoría de Efectividad Organizacional**

Es aquella que estudia el *“Grado en el que una organización logra los resultados que se esperan de ella”* (Serralde, 1980, págs. 6-9), la cual hace énfasis en lo que representa para una entidad o empresa la efectividad, definiéndola como:

*“el grado en el que se producen esos efectos esperados”*. Por lo que se llega con esta teoría a la premisa de que la efectividad organizacional consiste en

que *“una organización más efectiva es aquella que produce los efectos que se esperan y, por tanto, una menos efectiva es la que no produce todos ellos.”* (Serralde, 1980).

Por ende, para lograr buenos resultados es importante para una entidad contar con la totalidad de recursos: económicos, tecnológicos y humanos, entre otros, que puedan coadyuvar a la persecución de los objetivos institucionales.

De ahí que existe la necesidad de una Estrategia para Implementar el Sistema Integral para Registro de Operaciones de Comunicación Social Externa de la SAT, de modo que se puedan generar mejores resultados en un periodo más efectivo de tiempo.

Con ello, no solamente se reflejará mayor efectividad organizacional, sino también será permisible que se genere un clima laboral más agradable, con niveles de stress reducidos y por ende, que el beneficio de una labor bien realizada trascienda más allá de la empresa, hacia la sociedad, quienes son los receptores finales de la comunicación.

Con todo esto en cuenta, vale la pena ahora como parte de esto, analizar los antecedentes de la entidad en mención para entender el pasado de la misma, el presente y por qué se busca mejorar su futuro.

#### **4. Antecedentes históricos de la Superintendencia de Administración Tributaria**

En el año 1998, el Congreso de la República, autorizó la creación de la Superintendencia de Administración Tributaria como una entidad enfocada a administrar los mecanismos necesarios para el recaudo de los ingresos tributarios y lograr una labor administrativa eficiente y eficaz a efecto de cumplir de mejor forma con los Acuerdos de Paz firmados en el año 1996. (Guatemala, 1998)

La SAT, como proyecto, surge de la necesidad de que existiera un ente que se rigiera bajo principios básicos tales como honestidad, eficiencia y eficacia con normativa propia, medios financieros, técnicos y administrativos con jurisprudencia y competencia a nivel nacional, en todo lo relacionado a materia fiscal y aduanera.

Con el propósito de reformar sustancialmente el sistema tributaria nacional a efecto de recaudar con mayor efectividad los ingresos que el Estado requiere para cumplir con sus obligaciones constitucionales principales, que hasta el momento tenía delegada la Dirección de Rentas Internas del Ministerio de Finanzas Públicas.

La institución se crea como el ente responsable de regir el cumplimiento de las obligaciones tributarias, logrando a través de la simplificación de los procedimientos un mayor efectividad de los sistemas que se aplican para el combate a la evasión, la defraudación y el contrabando de manera que se eleve la moral tributaria de los ciudadanos, por lo que para lograrlo, debe desarrollar funciones delegadas en el marco legislativo vigente.

De esa cuenta, La Superintendencia de Administración Tributaria, es una entidad estatal descentralizada, con personalidad jurídica, patrimonio y recursos propios que tiene competencia y jurisdicción en todo el territorio nacional para el cumplimiento de sus objetivos, gozará de autonomía funcional, económica, financiera, técnica y administrativa, a la cual el Estado delegue las facultades para administrar, recaudar, controlar y fiscalizar los tributos, con independencia económica, funcional y administrativa. (Guatemala, 1998)

En tal sentido, con el propósito de reformar sustancialmente el sistema tributario a efecto de recaudar con mayor efectividad los ingresos que el Estado requiere para cumplir con sus obligaciones constitucionales principales, en el año 1998,



surge bajo el amparo legal del Decreto Número 1-98 del Congreso de la República, la Superintendencia de Administración Tributaria y queda sin efecto toda función que, a través del Decreto 106-71, hasta el momento tenía delegada de la Dirección de Rentas Internas del Ministerio de Finanzas Públicas.

La SAT se crea como el ente responsable de regir el cumplimiento de las obligaciones tributarias, logrando a través de la simplificación de los procedimientos, una mayor efectividad de los sistemas que se aplican para la recaudación y un mejor servicio a los contribuyentes, promoviendo el combate a la evasión, la defraudación y el contrabando de manera que se eleve la moral tributaria de los ciudadanos, por lo que para lograrlo, debe desarrollar las funciones asignadas descritas a continuación, siendo el cumplimiento de las mismas, el pilar fundamental de la responsabilidad otorgada. (Guatemala, 1998)

#### **4.1 Funciones de la Superintendencia de Administración Tributaria**

La Superintendencia de Administración Tributaria, ha sido delegada para cumplir las siguientes funciones específicas:

- a. *“Ejercer la administración del régimen tributario, aplicar la legislación tributaria, la recaudación, control y fiscalización de todos los tributos internos y todos los tributos que gravan el comercio exterior, que debe percibir el Estado, con excepción de los que por ley administran y recaudan las Municipalidades”;* (Guatemala, 1998)
  
- b. *“Administrar el sistema aduanero de la República de conformidad con la ley, los convenios y tratados internacionales ratificados por Guatemala, y ejercer las funciones de control de naturaleza paratributaria o no arancelaria, vinculadas con el régimen aduanero”;* (Guatemala, 1998)

- c. *“Establecer mecanismos de verificación de precios, origen de mercancías y denominación arancelaria, a efecto de evitar la sobrefacturación o la subfacturación y lograr la correcta y oportuna tributación. Tales mecanismos podrán incluir, pero no limitarse, a la contratación de empresas internacionales de verificación y supervisión, contratación de servicios internacionales de información de precios y otros servicios afines o complementarios”;* (Guatemala, 1998)
- d. *“Organizar y administrar el sistema de recaudación, cobro, fiscalización y control de los tributos a su cargo”;*
- e. *“Mantener y controlar los registros, promover y ejecutar las acciones administrativas y promover las acciones judiciales, que sean necesarias para cobrar a los contribuyentes y responsables los tributos que adeuden, sus intereses y, si corresponde, sus recargos y multas”;*
- f. *“Sancionar a los sujetos pasivos tributarios de conformidad con lo establecido en el Código Tributario y en las demás leyes tributarias y aduaneras”;*
- g. *“Presentar denuncia, provocar la persecución penal o adherirse a la ya iniciada por el Ministerio Público, en los casos de presunción de delitos y faltas contra el régimen tributario, de defraudación y de contrabando en el ramo aduanero”;*
- h. *“Establecer y operar los procedimientos y sistemas que faciliten a los contribuyentes el cumplimiento de sus obligaciones tributarias”;*
- i. *“Realizar, con plenas facultades, por los medios y procedimientos legales, técnicos y de análisis que estime convenientes, las investigaciones necesarias para el cumplimiento de sus fines y establecer con precisión el*

*hecho generador y el monto de los tributos. Para el ejercicio de estas facultades contará con el apoyo de las demás instituciones del Estado”;*

- j. “Establecer normas internas que garanticen el cumplimiento de las leyes y reglamentos en materia tributaria”;*
- k. “Asesorar al Estado en materia de política fiscal y legislación tributaria, y proponer por conducto del Organismo Ejecutivo las medidas legales necesarias para el cumplimiento de sus fines” así como, participar en la elaboración del anteproyecto del presupuesto de ingresos, en cuanto la definición de metas de recaudación.;*
- l. “Opinar sobre los efectos fiscales y la procedencia de la concesión de incentivos, exenciones, deducciones, beneficios o exoneraciones tributarias, cuando la ley así lo disponga. Asimismo, evaluar periódicamente y proponer, por conducto del Organismo Ejecutivo, las modificaciones legales pertinentes a las exenciones y los beneficios vigentes”;*
- m. “Solicitar la colaboración de otras dependencias del Estado, entidades descentralizadas, autónomas y entidades del sector privado, para realizar los estudios necesarios para poder aplicar con equidad las normas tributarias”;*
- n. “Promover la celebración de tratados y convenios internacionales para el intercambio de información y colaboración en materia aduanera y tributaria, cumpliendo siempre con lo establecido en el artículo 44 de esta ley”;*
- o. “Planificar, formular, dirigir, ejecutar, evaluar y controlar la gestión de la Administración Tributaria”;*

- p. *“Administrar sus recursos humanos, materiales y financieros, con arreglo a esta ley y a sus reglamentos internos”,*
- q. *Participar en la política de combate al contrabando y defraudación aduanera y tributaria. Para el ejercicio de esta función contará con la colaboración de las entidades del Estado que correspondan” (Decreto 1-98 Ley Orgánica de la SAT, 1998).*
- r. *Presentar las denuncias que procedan, incautar y consignar las mercancías que estén a la venta y que no se documenten con las facturas de compra o declaraciones de importación correspondientes. Para el ejercicio de esta función contará con el auxilio de las fuerzas de seguridad y del Ministerio Público.*
- s. *Realizar, con plenas facultades, por los medios y procedimientos legales, técnicos que estime convenientes, las inspecciones, investigaciones y verificaciones necesarias para el combate al contrabando, defraudación aduanera y tributaria. Para el ejercicio de estas funciones contará con el apoyo de las demás instituciones del Estado.*
- t. *Participar en la propuesta de estrategias apropiadas para la ampliación de la base tributaria, a través de la incorporación de sectores económicos que se encuentran fuera del sistema tributario.*
- u. *Actualizar y planificar anualmente las políticas para mejorar la administración, fiscalización, control y recaudación de los tributos, simplificando los procesos y procedimientos para su ejecución y cumplimiento utilizando los medios, mecanismos e instrumentos tecnológicos que contribuyan a alcanzar dichos objetivos. Para el efecto, podrá suscribir convenios de cooperación que considere procedentes. (Guatemala, 1998) Y,*

*v. Todas aquellas que se vinculen con la administración tributaria y los ingresos tributarios” (Libro III, Decreto 13-2013 , 2013).*

En cumplimiento de estas funciones específicas, las cuales fueron reformadas por el Artículo 70 del Libro III del Decreto 13-2013 del Congreso de la República de Guatemala, la Superintendencia de Administración Tributaria, a lo largo de 18 años de funcionamiento ininterrumpido, ha implementado una serie de herramientas y sistemas tales como: el Registro Tributario Unificado, El Registro Fiscal de Vehículos, Cobranza Administrativa, Operativos Fiscales, Aduanas Seguras, Ventanillas Virtuales, entre otras, con el propósito de informar y divulgar la información tributaria necesaria que permita facilitar el cumplimiento tributario voluntario de los ciudadanos y fortalecer la cultura tributaria (SAT, Organigrama SAT - Memoria de Labores, 2014).

#### **4.2 Recurso Humano de la Superintendencia de Administración Tributaria**

Desde que el Decreto Número 1-98 del Congreso de la República entró en vigencia, se evidenció la necesidad de normar complementariamente varios aspectos del funcionamiento de la Superintendencia de Administración Tributaria a efecto de afianzarse como el ente facilitador para el cumplimiento tributario y proveer al Estado de los recursos necesarios para el buen funcionamiento del mismo.

Con más de 4,500 colaboradores delegados en Oficinas, Agencias Tributarias y Aduanas a nivel nacional, para desempeñar las atribuciones que por ley son inherentes a sus cargos como funcionarios y empleados públicos, en temas relacionados a la orientación tributaria, la fiscalización de comportamiento tributario de los contribuyentes, operaciones aduanales de importación y exportación de productos o material primas, combate al contrabando y principalmente la recaudación, por mencionar algunos. (Guatemala, 1998).

#### **4.3 Recursos Financieros de la Superintendencia de Administración Tributaria**

La Superintendencia de Administración Tributaria integra su patrimonio, administra sus recursos y cumple con sus funciones, conforme lo dispuesto en los artículos 121 "Bienes del Estado" y 134 "Descentralización y autonomía" establecidos en la Constitución Política de la República de Guatemala, no obstante, también cuenta con presupuesto propio y fondos privativos, cuya formulación, aprobación, ejecución y liquidación se regirá según lo indicado en la Constitución Política de la República, así como la Ley Orgánica de Presupuesto y por lo dispuesto en la Ley Orgánica de la SAT.

En tal sentido, y, de acuerdo a lo que establece el Artículo 6 del Decreto 14-2015 Presupuesto General de Ingresos y Egresos de la Nación, cuya vigencia está contemplada del 01 de enero al 31 de diciembre de 2016, por un monto de setenta mil setecientos noventa y seis millones trescientos cinco mil doscientos cuatro quetzales (Q70.796.305.204) aprobados el 15 de diciembre de 2015 y publicado en el Diario de Centro América el 16 de diciembre de 2015 (SAT, Organigrama SAT - Memoria de Labores), para la Superintendencia de Administración Tributaria se autoriza la asignación presupuestaria para gastos de Administración por un millón ciento ocho mil cuatrocientos cincuenta y cinco quetzales(Q 1,108,455). (Presupuesto General de Ingresos y Egresos de la Nación , 2015).

Sin embargo, constituyen otros recursos de la SAT, los siguientes:

- a. *"El monto equivalente al 2% del total de los tributos internos y al comercio exterior y sus accesorios, que recaude la SAT y que deberá ser transferido de las cuentas de la Tesorería Nacional diaria y automáticamente por el Banco de Guatemala a la cuenta específica que operará a nombre de la SAT".*

- b. *“Los ingresos no tributarios, generados por servicios de certificación y otros que la SAT preste, cuyas características serán establecidas por el Directorio”.*
- c. *“Las donaciones y otras fuentes de financiamiento, provenientes de cooperación internacional, previamente aceptadas y destinadas a la SAT, conforme a la ley”.*
- d. *“Los aportes, transferencias, productos, legados y donaciones que se hagan a su favor, tanto de origen público como privado”.*
- e. *“Otras transferencias de fondos públicos que en forma justificada se le asignen del presupuesto general de ingresos y egresos del Estado”*  
(Guatemala, 1998).

#### **4.4 Régimen de la Superintendencia de Administración Tributaria**

La Superintendencia de Administración Tributaria, es una entidad estatal descentralizada, con personalidad jurídica, patrimonio y recursos propios que tiene competencia y jurisdicción en todo el territorio nacional para el cumplimiento de sus objetivos, con atribuciones y funciones, goza de autonomía funcional, económica, financiera, técnica y administrativa, según lo establece su Ley Orgánica y el Estado le ha delegado las facultades para administrar, recaudar, controlar y fiscalizar los tributos, con independencia económica, funcional y administrativa. (Guatemala, 1998).

#### **4.5 Organigrama de la Superintendencia de Administración Tributaria**

Con el inminente paso del tiempo, la Superintendencia de Administración Tributaria, se ha visto en la necesidad de actualizar sus procedimientos y adaptar algunos lineamientos en relación a su estructura organizacional, sin embargo, los movimientos realizados previo análisis exhaustivo de las autoridades superiores, evidencian una forma diferente en cada dependencia y área de trabajo.

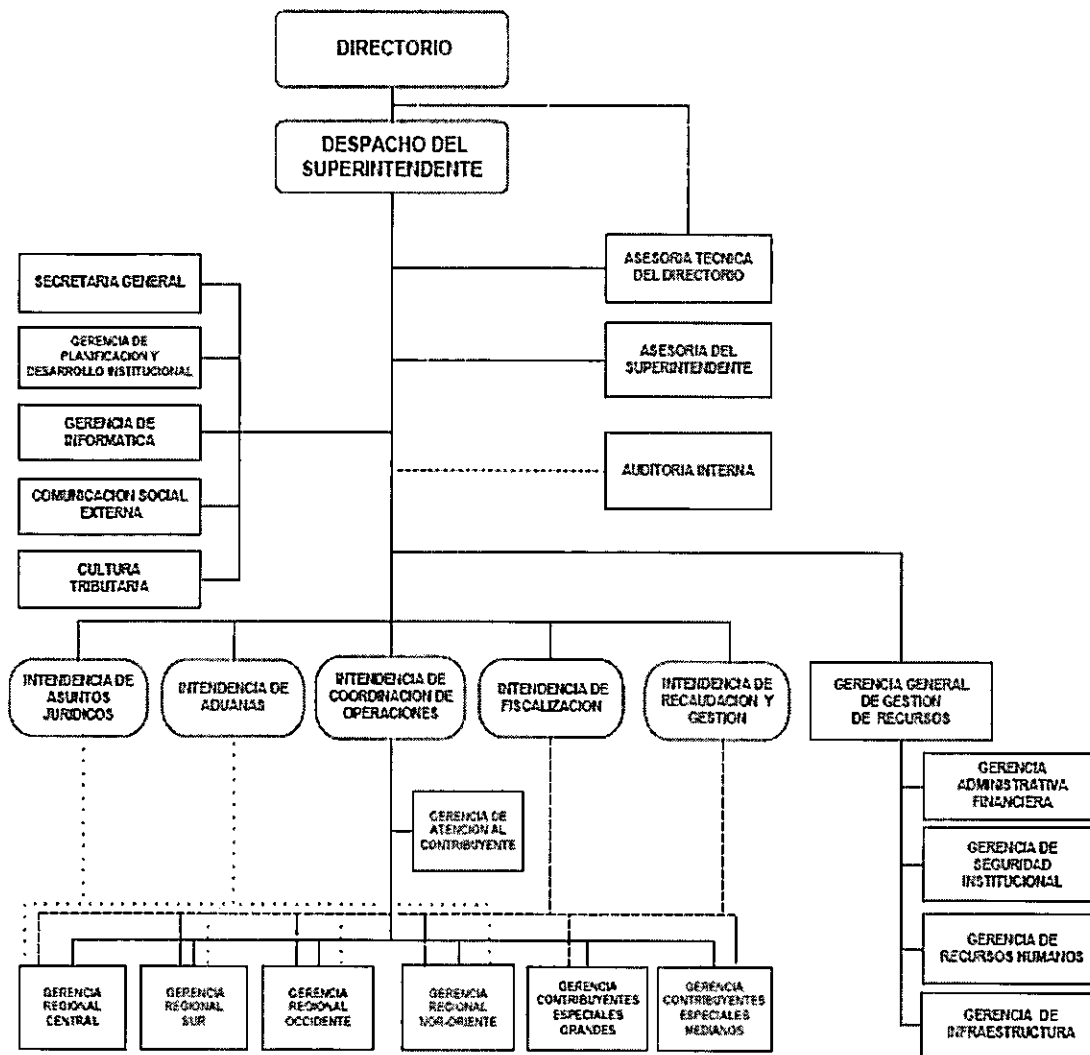
Con fundamento en el artículo 6 y en ejercicio de las funciones establecidas en el artículo 7, inciso f), ambos del Decreto Número 1-98 del Congreso de la República, Ley Orgánica de la Superintendencia de Administración Tributaria cada área de trabajo, unidad o departamento de la Institución, ha experimentado diferentes modificaciones para lograr un cambio de la estructura organizacional, lo que funcionalmente ha favorecido para lograr los objetivos que se persiguen.

El Decreto Número 1-98 del Congreso de la República, también establece una estructura organizacional basada en jerarquía, centralización normativa y desconcentración operativa, coordinación y transparencia, lo cual ha permitido la adaptación de la institución. (Guatemala, 1998).

El Libro III, del Decreto Número 13-2013 del Congreso de la República de Guatemala, publicado en el Diario de Centro América 12 de noviembre de 2013, realiza algunas modificaciones a la Ley Orgánica de la SAT, sin embargo, las mismas son relacionadas a la fortalecer los procedimientos y elección de las autoridades superiores.

En virtud de ello, gracias a la estructura del organigrama institucional, se establece las autoridades y dependencias siguientes:





(SAT, Organigrama SAT - Memoria de Labores, 2014).

En tal sentido, de acuerdo a la estructura, a continuación se describen las funciones que se realizan en cada una de las áreas:

### a. Órganos con funciones de Dirección

Son responsables de definir, desarrollar y dirigir la política y directrices de la Superintendencia de Administración Tributaria, se les otorga estas funciones a los órganos superiores, siendo éstos:

### **1) Directorio**

Es el órgano de dirección superior de la SAT. Le corresponde dirigir la política de la Administración Tributaria y velar por el buen funcionamiento, la gestión institucional de la SAT y el cumplimiento de las metas de recaudación, para lo cual, deberá cumplir con funciones específicas.

### **2) El Superintendente**

Es la autoridad administrativa superior y el funcionario ejecutivo de mayor nivel jerárquico de la SAT. Tiene a su cargo la administración y dirección general de la Institución. Para el cumplimiento de las funciones de la SAT, el Superintendente de Administración Tributaria tiene la representación legal de la Institución, la cual podrá delegar en los funcionarios que designe para el efecto.

## **b. Órganos con funciones de Asesoría**

Corresponde esta función a los órganos responsables de brindar asesoría a los órganos con funciones de dirección y las dependencias que la conforman son:

### **1) Asesoría Técnica del Directorio**

Es el órgano responsable de asesorar a los integrantes del Directorio de la Superintendencia de Administración Tributaria, en forma individual, a requerimiento de los mismos de acuerdo al expertiz con la que cuentan en materia tributaria, fiscal y aduanera.

### **2) Asesoría del Superintendente**

En la misma línea de trabajo que en el numeral anterior, existe un grupo de profesionales que brindan asesoramiento al Superintendente, en diferentes áreas de trabajo tales como administrativo, financiero,

comunicacional, político, estratégico, entre otros para apoyarlo en el proceso de toma de decisiones en miras de lograr una gestión efectiva. (Propia R. , 1998) (Guatemala, 1998).

### **c. Dependencias con funciones Normativas Sustantivas**

Son las responsables de dictar y actualizar las normas relativas a las funciones sustantivas de la Institución, así como definir criterios, medios, herramientas y orientaciones generales aplicables a la ejecución de las mismas, representar y defender los derechos, intereses y patrimonio de la SAT, las cuales son las siguientes:

#### **1) Intendencia de Aduanas**

Es la dependencia encargada de desarrollar y aplicar las competencias que la SAT tiene en materia aduanera, como tal, será responsable de administrar el Sistema Aduanero guatemalteco, debe velar por el cumplimiento de la legislación aduanera vigente, así como de los convenios y tratados internacionales suscritos y ratificados por Guatemala.

#### **2) Intendencia de Fiscalización**

Es el área encargada de desarrollar y aplicar las competencias que la Superintendencia de Administración Tributaria, el Intendente de Fiscalización como delegado superior, tiene en materia de supervisión, inspección, verificación y determinación del cumplimiento de las obligaciones tributarias y aduaneras sustantivas y formales adheridas a los contribuyentes, utilizando los registros correspondientes. (Guatemala, 1998).

#### **3) Intendencia de Recaudación**

Esta es la Intendencia encargada de desarrollar y aplicar las competencias que la Superintendencia de Administración Tributaria

tiene en materia de planificación, organización, evaluación y ejecución de las actuaciones que, faciliten, controlen y promuevan el cumplimiento voluntario de las obligaciones que los contribuyentes adquieren al realizar una actividad mercantil.

#### **4) Intendencia de Asuntos Jurídicos**

Es la dependencia encargada de representar y defender los derechos, intereses y patrimonio de la SAT ante cualquier entidad, dependencia, órgano, autoridad, y tribunales de justicia, tanto a nivel nacional como en el extranjero, como parte actora, demandada, tercera interesada, querellante adhesivo o actor civil. Además, proporciona asesoría y consultoría legal y administrativa a las dependencias de la SAT.

#### **5) Intendencia de Atención al Contribuyente**

Es la dependencia encargada de velar porque en la atención a los contribuyentes y, público en general, se preste un servicio eficaz y eficiente, proporcionándole formación, capacitación e información oportuna y fidedigna, conforme a sus requerimientos y necesidades, en procura de una cultura organizacional de servicio al contribuyente.

### **d. Dependencias con funciones de Apoyo Técnico**

Estas dependencias son responsables de brindar apoyo especializado a todas las áreas de trabajo con respecto al establecimiento, emisión y divulgación de disposiciones, políticas, procesos generales, asesoría institucional, relaciones públicas, tecnología de información y fomento de la cultura tributaria y son:

#### **1) Gerencia de Planificación y Cooperación**

Es la dependencia encargada de formular y coordinar la aplicación de herramientas y mecanismos de planificación, programación, evaluación y control de la gestión institucional, generando información confiable y

oportuna para la toma de decisiones de las autoridades competentes a efecto de lograr el desarrollo Institucional.

## **2) Gerencia de Informática**

Es el área de trabajo que se encarga de brindar asesoría, desarrollo y soporte tecnológico que provee de la información necesaria a los diferentes órganos y dependencias de SAT, procurando desarrollar y procurar que las herramientas sean vanguardistas en virtud que van de la mano con el incontenible avance de la tecnología.

## **3) Secretaría General**

Esta es la encargada de proponer la normativa para la emisión y registro de actos administrativos, así como del control, gestión, clasificación, archivo, catalogación, certificación, notificación, guarda y custodia además de resguardo de expedientes y demás documentos oficiales que se encuentran en los distintos órganos y dependencias de la SAT.

## **4) Comunicación Social Externa**

Es la dependencia encargada de coordinar con las dependencias que corresponda, las acciones de información y divulgación de normas, requisitos y procedimientos a la población, a través de los medios de comunicación masivos y/o alternativos, según la necesidad de cada área de trabajo.(Guatemala, 1998).

### **e. Dependencias con funciones de Gestión de Recursos**

Son responsables de brindar seguridad institucional y de gestionar recursos financieros, administrativos y logísticos, a requerimiento de las dependencias de la Institución, así como de emitir y divulgar políticas y procedimientos aplicables a su ámbito de especialización, las cuales se describen a continuación:

### **1) Gerencia de Recursos Humanos**

Es el área de trabajo que se encarga de administrar la planificación, organización, integración y desarrollo de los recursos humanos de la Institución, incluidos los sistemas, métodos, estrategias, programas, procedimientos e instrumentos que permitan el mejor aprovechamiento de las capacidades humanas aprovechando la habilidad y conocimientos que el talento humano pueda aportar para el fortalecimiento de la misma.

### **2) Gerencia Administrativa Financiera**

Es la dependencia encargada de administrar con transparencia, honestidad y efectividad los recursos financieros de la SAT, los sistemas y procesos de presupuesto, contabilidad, tesorería y deuda pública, inclusive, así como de administrar eficientemente el sistema de adquisiciones y contrataciones de bienes y servicios, su almacenamiento y registro. Además de ello, es la unidad de trabajo que le corresponde preparar los instrumentos administrativos y financieros para la rendición de cuentas, según corresponda. (Guatemala, 1998).

### **3) Gerencia de Infraestructura**

Es la dependencia encargada de administrar los recursos de infraestructura física de la SAT; lo cual incluye su planificación, desarrollo, mantenimiento, reparación y supervisión de las instalaciones de todas las áreas de trabajo con las que cuenta la institución.

### **4) Gerencia de Seguridad Institucional**

Es el área de trabajo que se encarga de establecer y administrar los sistemas de seguridad necesarios para resguardar la integridad de las personas, bienes y demás propiedades de la Superintendencia de Administración Tributaria. (Guatemala, 1998).

## **f. Dependencias con funciones de Ejecución**

Les corresponden estas funciones a las dependencias encargadas de aplicar o ejecutar las directrices que definan los órganos y dependencias con funciones de dirección, de normativa sustantiva, de apoyo técnico y de gestión de recursos, siendo éstas:

### **1) Gerencia de Contribuyentes Especiales Grandes y Contribuyentes Especiales Medianos**

Estas Gerencias son las responsables de brindar atención especializada a los contribuyentes calificados por la Administración Tributaria como Contribuyentes Especiales Grandes y Contribuyentes Especiales Medianos, respectivamente, a nivel nacional. Es decir, brindan atención personalizada a la cartera identificada dándole seguimiento al cumplimiento de las obligaciones tributarias de éstos.

Cabe mencionar que esta clasificación se realiza con base al comportamiento tributario de los contribuyentes, partiendo del análisis del movimiento de créditos y débitos identificado, así como, de los ingresos percibidos reportados dentro de un período establecido. (Propia R. , 1998) (Guatemala, 1998).

### **2) Gerencias Regionales**

Las Gerencias Regionales son las dependencias encargadas de la ejecución y control de las competencias de recaudación, verificación, supervisión, control y gestión, enfocadas en cuatro grandes áreas de trabajo a nivel nacional, de acuerdo a las directrices emitidas por los órganos superiores y dependencias con funciones de dirección, de normativas sustantivas, de apoyo técnico y de gestión de recursos.

Las áreas de campo para estas Gerencias son:

**a) Regional Central**

Abarca los departamentos de Guatemala, Sacatepéquez, El Progreso y Chimaltenango. La sede está en la ciudad de Guatemala, donde también se encuentra la sede central de la Superintendencia de Administración Tributaria. (Guatemala, 1998).

**b) Regional Sur**

Comprende los departamentos Escuintla, Suchitepéquez, Retalhuleu, Santa Rosa y Jutiapa. La sede está en la cabecera del departamento de Escuintla.

**c) Gerencia Regional Occidente**

Cuyo plan de acción se realiza en los departamentos de San Marcos, Quetzaltenango, Huehuetenango, El Quiché, Sololá y Totonicapán. La sede está en la cabecera del departamento de Quetzaltenango.

**d) Gerencia Regional Nororiente**

Comprende los departamentos de Izabal, Jalapa, Chiquimula, Zacapa, Baja Verapaz, Alta Verapaz y El Petén. La sede está en la cabecera del departamento de Zacapa. (Guatemala, 1998).

**g. Dependencia con función de Auditoría Interna**

Son los responsables de evaluar, vigilar y verificar los sistemas financiero, administrativo y de control interno, así como investigar y controlar la gestión administrativa de los funcionarios y empleados de la Superintendencia de Administración Tributaria y se constituye por:

**1) Auditoría Interna**

Es la dependencia encargada de ejercer el control y fiscalización de todos los órganos y dependencias de la Institución, verificando que la gestión administrativa y operativa se ejecute de acuerdo con lo



establecido en el Decreto 1-98 del Congreso de la República, Ley Orgánica de la Superintendencia de Administración Tributaria.

Asimismo, supervisa, examina, investiga y controla las actuaciones administrativas del personal de la SAT, partiendo de las normas de control interno y de auditoría para el sector gubernamental, reglamentos internos y manuales técnicos y administrativos aplicables. (Guatemala, 1998).

Por lo anterior, es fácil concluir que la estructura organizacional de la Superintendencia de Administración Tributaria, se constituye de diferentes áreas sin embargo, cada una con funciones propias que se basan en una normativa sustantiva, coordinación de actividades y funciones propias que fortalecen el trabajo de hormiga que cada una realiza para lograr integrar un plan de trabajo, enfocado hacia un mismo objetivo: lograr la labor de recaudo siendo el ente facilitador por excelencia para promover el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los ciudadanos que contribuyen al desarrollo del país.

Y aunque si bien es cierto que este organigrama administrativo da cumplimiento a lo establecido en la normativa interna, la implementación paulatina de un organigrama funcional, siempre es una muestra que deben realizarse las acciones correspondientes para adecuarse a las nuevas tendencias, sin perder de vista la optimización de recursos para continuar con la labor que la Superintendencia de Administración Tributaria persigue.

La Superintendencia de Administración Tributaria, como se ha mencionado, es la encargada de dar cumplimiento a los lineamientos que se establecen en las leyes y normas específicas internas que rigen la materia tributaria, en cualquiera de sus ramas.

Por ello, ha desarrollado planes de trabajo, cuyas acciones son con base a diferentes estrategias, lo que ha permitido durante los años de funcionamiento de la SAT, enfocar los esfuerzos y utilizar de la mejor forma los mecanismos y herramientas disponibles para realizar la labor delegada.

En virtud de ello, a continuación se describirá de manera breve y concreta, los aspectos relevantes generales que se incluyen dentro de las herramientas que han servido como guía confiable para que la SAT, ejecute satisfactoriamente los planes de acción diseñados para fortalecer la labor que realiza.

#### **A. Plan Estratégico Institucional de la Superintendencia de Administración Tributaria**

El Plan Estratégico Institucional, el cual se ha desarrollado considerando los años del 2016 al 2020, pretende aumentar en el contribuyente la percepción de riesgo en el incumplimiento o cumplimiento incorrecto de sus obligaciones tributarias, con ello, consecuentemente se logrará el incremento de la base tributaria y a la reducción de la defraudación aduanera y el apoyo interinstitucional en el combate al contrabando.

En dicho plan, se considera necesario la simplificación de los requisitos, mejorar los sistemas y procedimientos, promover la declaración y/o pago de impuestos y gestiones aduaneras, mejorar la atención, información, divulgación, orientación y capacitación que se brinde a los contribuyentes o responsables el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias.

(Plan Estrategico 2016 - 2020, 2016).

Asimismo, se establece acciones que permitan la modernización de la institución por medio de personas, tecnología, infraestructura física y procesos conexos, mejorando los procesos administrativos críticos, el

desarrollo y retención del recurso humano, divulgación de información y fortalecimiento de cultura tributaria, permitiendo el crecimiento integral de la Institución.

No obstante, cabe mencionar que el éxito del cumplimiento del Plan Estratégico Institucional de la SAT, está determinado por los siguientes factores externos:

1. *“Influencia Política*
2. *Transparencia en el manejo el gasto público*
3. *Traslado oportuno a la Superintendencia de Administración Tributaria de los recursos financieros que le corresponden, como porcentaje de lo recaudado.*
4. *Disponer de la colaboración de los organismos del Estado.*
5. *Adecuada legislación tributaria vigente*
6. *Suficiente conciencia tributaria en la población” (Plan Estratégico 2016 - 2020, 2016).*

#### **B. Plan Operativo Anual de la Superintendencia de Administración Tributaria**

Por otra parte, el Plan Operativo Anual de la Superintendencia de Administración Tributaria, diseñado para el año 2016, es un documento propiamente de gestión institucional, lo cual implica que se enfoca en el accionar de los órganos y dependencias que la integran, con el propósito de garantizar que los objetivos, productos y resultados serán alcanzados para el presente período fiscal. (SAT, Plan Operativo Anual 2016, 2016).

Cabe mencionar que el Plan Operativo Anual -POA-, se basa en lo establecido en el Plan Estratégico Institucional 2016-2020, lo que permite dar continuidad a las acciones y proyectos ejecutados durante distintos años y diseñarlos partiendo de los criterios de trabajo fundamentales tales como: mejora de la calidad y simplificación de servicios, promoción del cumplimiento tributario, modernización del sistema aduanero, fomento de la cultura tributaria y fortalecimiento y transparencia institucional. (SAT, Plan Estrategico 2016 - 2020, 2016).

Este plan de trabajo, además un resumen de los principales elementos de los planes operativos anuales de cada órgano y dependencia registrados en los sistemas internos institucionales.

### **C. Misión de la Superintendencia de Administración Tributaria**

Con el propósito de adaptarse a los constantes cambios en el inevitable paso del tiempo, este enunciado ha sufrido diferentes cambios, todos ellos, con el afán de buscar la innovación, propia del contexto en el que se desempeña la institución.

De esa cuenta, a continuación se presenta la Misión autorizada y vigente de la Institución:

***“Recaudamos con efectividad para el Estado, promoviendo la competitividad y el desarrollo”.*** (SAT, Plan Estrategico 2016 - 2020, 2016).

El análisis realizado por las autoridades, denota que la frase *“Recaudamos con efectividad para el Estado”*, hace referencia al cumplimiento de las metas de recaudación contempladas en el convenio celebrado entre el Organismo Ejecutivo y la Institución, con el propósito de facilitar los recursos que serán utilizados por el Estado para la prestación

de los servicios básicos que son obligación de éste, para beneficio de la población en general. (SAT, Plan Estratégico 2016 - 2020, 2016).

En cuanto al enunciado *“promoviendo la competitividad y el desarrollo”* se refiere a la simplificación de procesos de trabajo, aprovechando el uso de la tecnología, proporcionando las herramientas y sistemas necesarios a efecto de fomentar la comunicación y divulgación de los procedimientos así como los requisitos de ley, para promover el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias inherentes a los contribuyentes y consecuentemente, fortalecer la cultura tributaria en los ciudadanos. (SAT, Plan Estratégico 2016 - 2020, 2016).

#### **D. Visión de la Superintendencia de Administración Tributaria**

Como complemento inseparable de la misión, procurando superar cada vez más las expectativas fijadas por la Superintendencia de Administración Tributaria, se presenta la misión de la siguiente forma:

***“Ser reconocida como la mejor administración tributaria de la región Centroamericana y del Caribe”*** (SAT, Plan Estratégico 2016 - 2020, 2016).

Con esta aseveración, lo que la Superintendencia de Administración Tributaria pretende, es que la labor que realiza en materia tributaria, sea con base a criterios institucionales consensuados y lineamientos legales con los que actúa, en apego a la legislación vigente y pueda ser reconocida tanto a nivel nacional como internacional, por los distintos actores sociales (Estado - Contribuyentes - Ciudadanía) involucrados directa o indirectamente, como una institución sólida y funcional.

Además de ello, lograr el reconocimiento de los organismos internacionales tales como el Centro Interamericano de Administraciones

Tributarias -CIAT-, el Fondo Monetario Internacional -FMI-, el Banco Mundial -BM- y la Organización Mundial de Aduanas -OMA- en virtud de la aplicación de buenas prácticas realizadas en materia de administración tributaria y de gestión que permiten que la SAT se perciba como una institución efectiva y transparente. (Propia R. , 1998).

## **E. Valores de la Superintendencia de Administración Tributaria**

La Superintendencia de Administración Tributaria como parte integral para crear un vínculo con los funcionarios y empleados públicos establece principios y valores que se deben aplicar y fomentar para lograr mantener el compromiso institucional hacia los contribuyentes, siendo éstos los siguientes:

### **1. “Actitud de Servicio**

*Los funcionarios y empleados de la Superintendencia de Administración Tributaria se esfuerzan por aportar lo mejor de sí mismos en la atención que se brinda a los usuarios internos y externos.*  
(SAT, Plan Estratégico 2016 - 2020, 2016)

### **2. Respeto**

*Todos los funcionarios y empleados reconocen el valor inherente y los derechos inatos de las personas de ser tratados con amabilidad, cortesía y cordialidad.*

### **3. Responsabilidad**

*Todas las funciones y tareas asignadas a los funcionarios y empleados de la Superintendencia de Administración Tributaria, se cumplen efectiva y oportunamente con disciplina, respeto, profesionalismo y trabajo en equipo.*

#### **4. Transparencia**

*Todas las actitudes y acciones de los funcionarios y empleados de la Superintendencia de Administración Tributaria responden a las normas de conducta moral y social regida por la ética; por lo que la transparencia se refleja en el desempeño de las funciones asignadas con coherencia entre lo que se piensa, se dice y se hace.*

#### **5. Productividad**

*Todas las actitudes y acciones de los funcionarios y empleados de la Superintendencia de Administración Tributaria buscan aprovechar óptimamente los recursos, para asegurar el uso adecuado de los insumos de trabajo en la obtención de los resultados esperados” (SAT, Plan Estratégico 2016 - 2020, 2016).*

#### **5. Antecedentes históricos de la Subgerencia de Comunicación Social Externa de la Superintendencia de Administración Tributaria**

Como se mencionó, es la dependencia encargada de coordinar con las dependencias que corresponda, las acciones de información y divulgación de normas, requisitos y procedimientos a la población, a través de los medios de comunicación masivos y/o alternativos, según la necesidad de cada área de trabajo.

Según lo establece el Artículo 40 del Acuerdo de Directorio Número 07-2007, Reglamento Interno de la SAT, Comunicación Social Externa de la Superintendencia de Administración Tributaria “...es la dependencia encargada de coordinar con las dependencias que corresponda, las acciones de información y divulgación de normas, requisitos y procedimientos, a la población a través de los medios de comunicación” (SAT, Acuerdo Directorio Numero 07-2007 - Reglamento Interno SAT, 2007).

Para el efecto, el Sub Gerente de Comunicación como máxima autoridad, tendrá a su cargo, el equipo de trabajo y bajo su responsabilidad, deberá dar cumplimiento a las siguientes funciones:

1. *“Asesorar al Superintendente de Administración Tributaria en los asuntos concernientes a la comunicación externa y verificar el cumplimiento de las políticas de comunicación de la Institución”;*
2. *“Posicionar y consolidar la imagen institucional, a través de estrategias de comunicación integrales”;*
3. *“Elaborar y proponer al Superintendente, políticas y estrategias de comunicación social de la institución que fomenten su imagen de servicio”;*
4. *“Establecer, coordinar y supervisar el uso correcto de los componentes de identidad institucional incluyendo colores, logotipo, tipografías y otros”*
5. *“Mantener a los contribuyentes informados acerca de las acciones de la Superintendencia de Administración Tributaria, a través de los medios de comunicación”;*
6. *Planificar, coordinar, ejecutar y evaluar las acciones relativas a las relaciones públicas institucionales”;*
7. *“Planificar, coordinar, ejecutar y evaluar las acciones de la SAT con los medios de comunicación”;*
8. *“Mantener un archivo actualizado sobre las noticias y comentarios publicados en los medios de comunicación social, que tengan relación con la Superintendencia de Administración Tributaria, y con temas afines a sus*



*funciones, y, suministrar dicha información debidamente analizada y procesada al Directorio, Superintendente y demás autoridades”;*

9. *“Apoyar el desarrollo de eventos de carácter público de la institución”;*
10. *“Atender y apoyar los requerimientos de las distintas dependencias respecto a la elaboración de material informativo de difusión pública”;*
11. *“Proporcionar apoyo a los órganos y dependencias de SAT en el diseño, planificación, supervisión, ejecución y evaluación de acciones y campañas de comunicación”;*
12. *“Emitir las directrices normativas que en el ámbito de su competencia deberán seguir los demás órganos y dependencias de la SAT, así como evaluar la aplicación y resultados de las mismas”;*
13. *“Coordinar, formular y evaluar la ejecución de los planes y programas relativos a su competencia”;*
14. *“Formular, participar y ejecutar o coordinar la ejecución de proyectos de mejora administrativa, y eficacia institucional relativos a su competencia”.*
15. *“Otras funciones, que en materia de su competencia le asigne o delegue el Superintendente de Administración Tributaria” (SAT, Acuerdo Directorio Numero 07-2007 - Reglamento Interno SAT, 2007).*

En virtud de que el área de investigación es la Subgerencia de Comunicación Social Externa de la SAT, con base a conocimiento propio del área, se describen a continuación los cuatro grandes campos de acción.

### **5.1 Área de Protocolo y Etiqueta**

Se desarrollan las actividades propias necesarias de la logística para el montaje de eventos en los que participan las autoridades de las SAT, siguiendo con los lineamientos de etiqueta y protocolo, según lo establece la normativa institucional respectiva.

### **5.2 Área de Relaciones Públicas con Medios de Comunicación Masivos**

Es el canal directo entre la institución y los medios de comunicación masivos, tradicionales y/o alternativos, por lo que se debe atender a los requerimientos de información que realizan los periodistas a efecto de promover la imagen institucional.

### **5.3 Área de Publicidad**

Utilizando el color, tipografía, imágenes, efectos visuales y sonidos, es el área encargada del diseño y diagramación de los mensajes institucionales que se deben informar y divulgar a los contribuyentes, a efecto de lograr el mejor impacto y recordación de los mismos.

### **5.4 Área Administrativa financiera**

Es en esta área de trabajo donde se realizan las funciones del proceso administrativo para gestionar la autorización de los pagos por los servicios de pauta publicitaria contratados oportunamente, dando cumplimiento a las leyes específicas relacionadas al área financiera.

Asimismo, de ser enlace entre los medios de comunicación masivos, tradicionales y alternativos para realizar la negociación comercial a efecto de lograr la publicación o transmisión de los mensajes publicitarios autorizados para dicho propósito. (Propia R. , 2007)

Por lo tanto, todas ellas conllevan una serie de actividades recurrentes propias de cada campo que son de utilidad para facilitar la ejecución de las atribuciones delegadas, tales como la elaboración de informes ejecutivos y estadísticos, elaboración de estrategias para implementación de planes de acción, guarda y custodia de documentos y seguimiento de diversos procedimientos internos complementarios, por mencionar algunos, para lograr la ejecución de las atribuciones asignadas.

## CAPITULO III

### MARCO METODOLÓGICO

#### 1. Método de Investigación

Este proyecto pretenderá dar solución a la problemática identificada, para el efecto se utilizará el siguiente método de investigación:

##### 1.1 Método lógico deductivo:

Mediante este tipo de método se aplican los principios descubiertos a casos particulares, a partir de un enlace de juicios. El papel de la deducción en la investigación es doble sentido, *primero*: encontrar principios desconocidos, a partir de los conocidos. y *segundo*: Descubrir consecuencias desconocidas, de principios conocidos.

Es por ello que estos métodos de investigación, serán de utilidad para desarrollar esta investigación que implícitamente permitirá del análisis de un caso particular que se repite una y otra vez.

#### 2. Tipo de Investigación

Dada la naturaleza de este proyecto, para facilitar los resultados esperados, se utilizará el siguiente tipo de investigación:

##### 2.1 Investigación de Campo:

Este tipo de investigación constituye un proceso sistemático, riguroso y racional de recolección, tratamiento, análisis y presentación de datos, basado en la recopilación directa de datos que evidencia una realidad.

Para este proyecto en particular, también se utilizará la investigación exploratoria, ya que al enfocarse en aquellos estudios que tratan de describir la situación sin intentar explicar o predecir las relaciones que se encontraran en ella, permitirá determinar un procedimiento a seguir para dar solución a una problemática identificada.

### **3. Objetivos**

#### **3.1 Objetivo General**

Determinar si la Estrategia para Implementar el Sistema Integral para Registro de Operaciones de Comunicación Social Externa de la SAT, permite la optimización de la gestión institucional.

#### **3.2 Objetivos Específicos**

**3.2.1** Analizar las áreas de oportunidad que el personal de Comunicación Social posee actualmente para realizar las actividades diarias.

**3.2.2** Facilitar la gestión del equipo de trabajo a través de la Estrategia para Implementar el Sistema Integral para Registro de Operaciones de Comunicación Social Externa de la SAT.

### **4. Técnica**

Para llevar a cabo esta investigación, se utilizará la combinación de las siguientes técnicas:

**4.1** Recopilación de datos históricos de la institución.

**4.2** Consulta bibliográfica de normativas que rigen los procedimientos internos.

**4.3** Observación basada en experiencias previas.

### **5. Instrumento**

El instrumento que se utilizará para esta investigación será, *el cuestionario*.

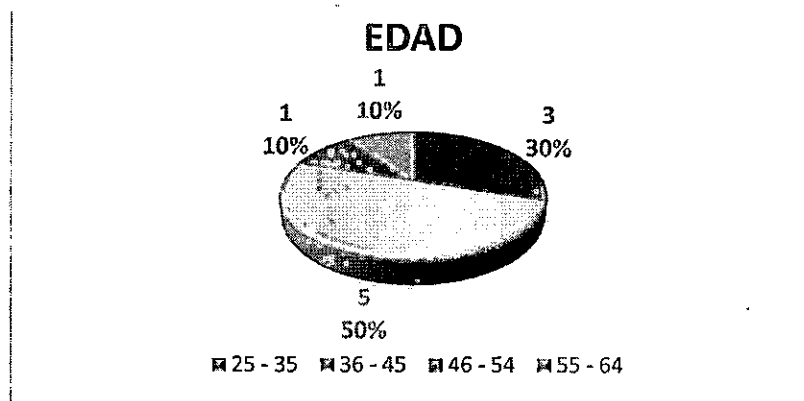
### **6. Muestra**

Equipo de trabajo conformado por 10 profesionales, distribuidos en cada uno de los campos de acción de Comunicación Social Externa de la Superintendencia de Administración Tributaria.

## CAPITULO IV ANÁLISIS DE RESULTADOS

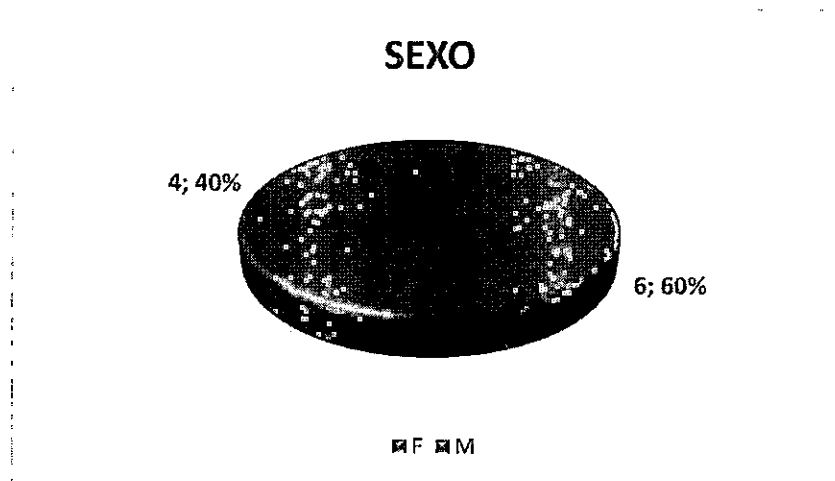
El cuestionario que se diseñó para que los 10 profesionales que conforman el equipo de trabajo de la Subgerencia de Comunicación Social Externa, contemplados como la muestra, permitió realizar el siguiente análisis de resultados:

1. De la muestra, se determina que 3 personas se encuentran en el rango de edad de 25 a 35 años, 5 entre 36 a 45 años, 1 de 46 a 54 y 1 de 55 a 64. Lo que constituye un total de 10 profesionales encuestados.



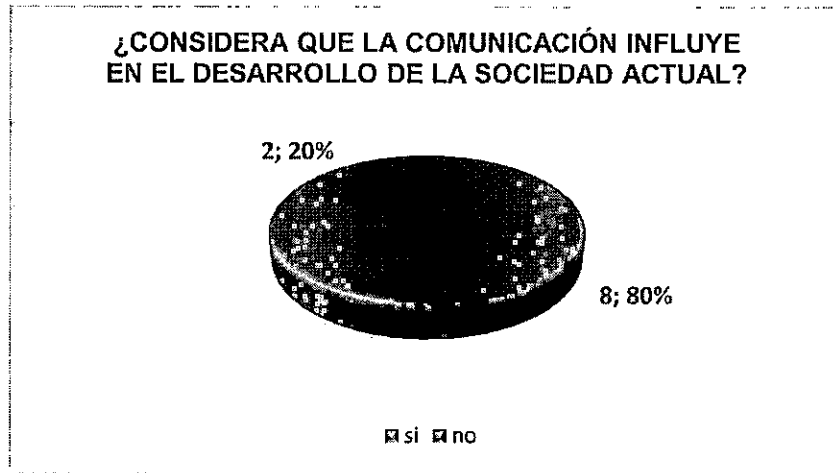
(Palacios, Gráfica No. 1 - Edad - Elaboración e Interpretación propia, 2016).

2. Otro de los datos analizados refleja que, de la muestra, 6 personas son del género femenino y 4 masculino.



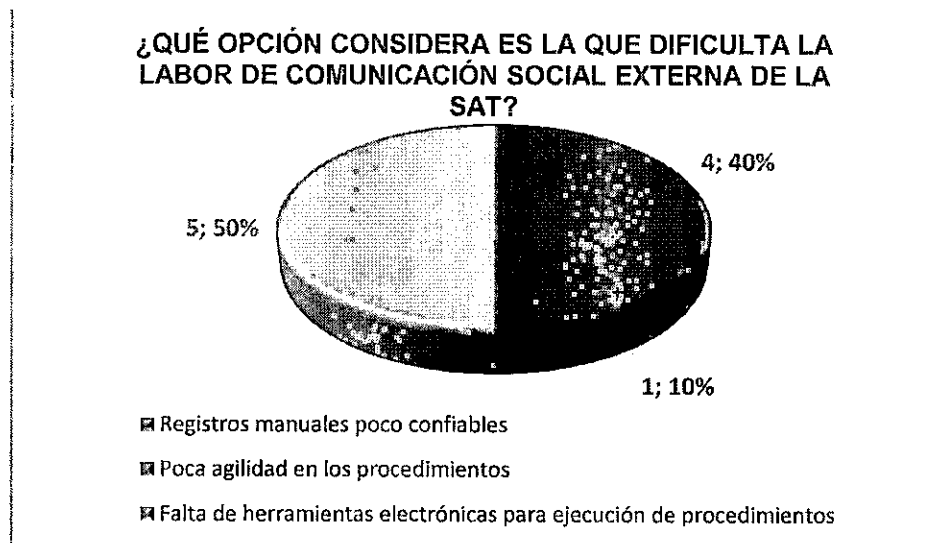
(Palacios, Gráfica No. 2 - Sexo - Elaboración e Interpretación propia, 2016)

3. **¿Considera que la comunicación influye en el desarrollo de la sociedad actual?**, ante este planteamiento, 8 de los profesionales indicaron que sí, mientras que 2 indicaron que no.



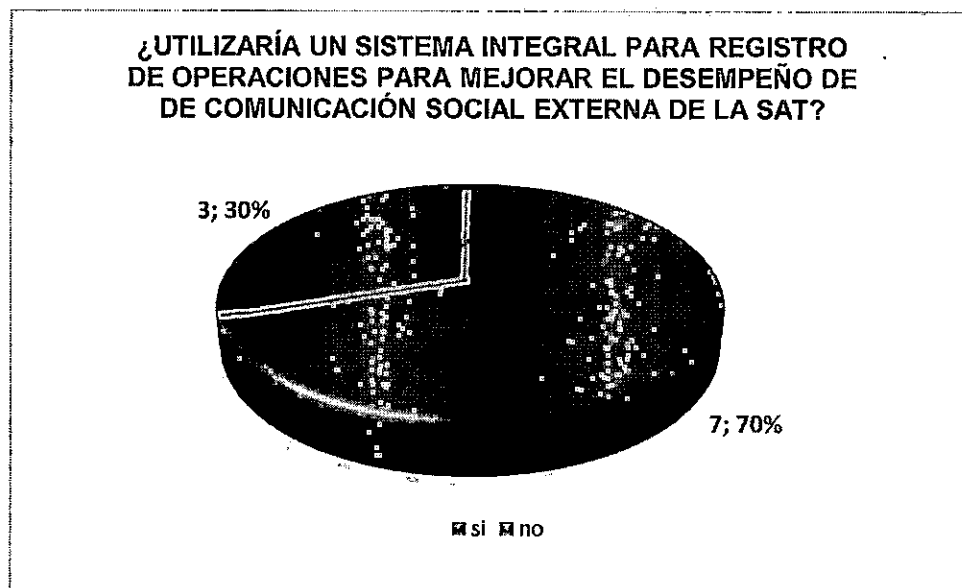
(Gráfica No. 3 - Elaboración e Interpretación Propia, 2016)

4. Para responder a la interrogante **¿Qué opción considera que es la que dificulta la labor de Comunicación Social Externa de la SAT?**, se determinó que 1 persona considera que es *Poca agilidad en los procedimientos*, 4 indican que es por *Registros Manuales poco confiables* y 5 que es por la *falta de herramientas electrónicas para ejecución de procedimientos*.



(Palacios, Gráfica No. 4 - Elaboración e Interpretación propia, 2016)

5. Los resultados a la pregunta **¿Utilizaría un sistema integral para registro de operaciones para mejorar el desempeño de Comunicación Social Externa de la SAT?**, reflejan que 7 profesionales dijeron que sí y 3 que no. De las personas que respondieron que no, 2 indicaron no tener la necesidad de utilizarlo y 1 por no tener conocimiento necesario para uso del equipo de cómputo.



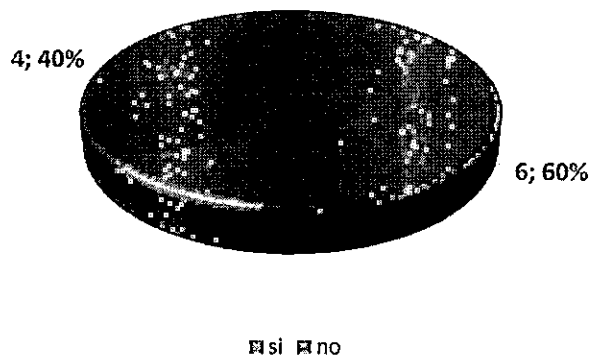
(Palacios, Gráfica No. 5 - Elaboración e Interpretación Propia, 2016)

6. Para la última interrogante **¿Cree que una estrategia para implementar un sistema integral para registro de operaciones dentro de Comunicación Social Externa de la SAT facilitaría su trabajo diario?**, 6 profesionales respondieron que sí y 4 que no.

Sin embargo, de los cuatro profesionales que indicaron que no a la pregunta, se determinó que 1 *no lleva registros*, 2 *manejan poca información* y 1 *ya tiene un registro manual*.



¿CREE QUE UNA ESTRATEGIA PARA IMPLEMENTAR UN SISTEMA INTEGRAL PARA REGISTRO DE OPERACIONES DENTRO DE COMUNICACIÓN SOCIAL EXTERNA DE LA SAT, FACILITARÍA SU TRABAJO DIARIO?



(Palacios, Gráfica No. 6 - Elaboración e Interpretación propia, 2016).

En tal sentido y, dado los resultados obtenidos en el trabajo de campo realizado, partiendo de la perspectiva de la comunicación y en el contexto del análisis de este estudio, se evidencia que sería factible la Estrategia para Implementar el Sistema Integral para Registro de Operaciones de Comunicación Social Externa de la SAT.

Cabe mencionar que aunque también se demuestra que se obtuvo respuesta negativa ante algunos criterios para desarrollar una estrategia para implementar dicho sistema, este es un dato poco significativo, porque dicho sistema permitirá facilitar la gestión del equipo de trabajo de Comunicación Social Externa.

Se concluye que este proyecto resultaría en un beneficio mayoritario, no solamente para el personal de Comunicación Social Externa, sino además, se trasladaría a la Institución porque se lograría la optimización en la administración de la información que deriven en buenas prácticas en las acciones de comunicación a seguir, para lograr una mejor ejecución institucional.

## **CAPÍTULO V**

### **PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA**

#### **I. CONSIDERACIONES PREVIAS DE LA PROPUESTA**

##### **1. Definición del Problema**

La Estrategia para Implementar el Sistema Integral para Registro de Operaciones de Comunicación Social Externa de la SAT, tiene como propósito estandarizar el mecanismo de registro de las solicitudes de comunicación y divulgación de información institucional realizados por las dependencias de la SAT y usuarios externos focalizados, que se atienden constantemente por el personal asignado a esta área de trabajo.

##### **2. Justificación del Problema**

Comunicación Social Externa de la Superintendencia de Administración Tributaria, por ser el departamento encargado de atender los requerimientos de comunicación, implica la participación activa del equipo de trabajo, sin embargo, se ha identificado que a pesar de que todas las áreas tienen una independencia marcada son complementarias entre sí, ya que cada una de ellas conlleva una serie de actividades recurrentes cuyo denominador común es el registro de las operaciones inherentes a cada una de las mismas, por lo que se hace necesario idear un mecanismo que permita obtener información confiable y oportuna de forma rápida y fácil, derivado de la demanda de divulgación de las acciones que la Institución debe realizar en virtud del cumplimiento de la legislación vigente.

En virtud de que las actividades que se realizan en Comunicación Social Externa, se rigen según lo establecido en las normas generalizadas de la Institución, este sistema permitirá fortalecer las atribuciones del personal designado en esta área de trabajo a efecto de lograr que los procesos administrativos internos que deben ejecutarse para atender los requerimientos de comunicación solicitados por las distintas dependencias de la

Superintendencia de Administración Tributaria y usuarios externos focalizados, sean más efectivos promoviendo una mejora derivada de una problemática identificada.

Se ha evidenciado que en cada área el registro de operaciones inherentes a las atribuciones de cada profesional se realiza de forma manual o en hojas electrónicas que no cuentan con los estándares recomendables de confiabilidad de la información, lo que consecuentemente implica una revisión complementaria provocando lentitud en los procedimientos ejecutados ya que debe realizarse de forma manual en registros físicos.

Es por ello, que se ha detectado la necesidad de una Estrategia para Implementar el Sistema Integral para Registro de Operaciones de Comunicación Social Externa de la SAT, a efecto que el mismo pueda consultarse en el momento oportuno, según se requiera.

El propósito fundamental de este sistema es crear un mecanismo que permita administrar una base de datos actualizada y depurada a efecto de lograr obtener información confiable y oportuna de forma rápida y fácil.

Asimismo, permitir el ordenamiento y estandarización del registro de operaciones, logrando con ello, involucrar al equipo de trabajo en la Estrategia para Implementar el Sistema Integral para Registro de Operaciones de Comunicación Social Externa de la SAT y se tengan las herramientas para resolver los conflictos que puedan darse para realizar una actividad cotidiana.

Además, la Estrategia para Implementar el Sistema Integral para Registro de Operaciones de Comunicación Social Externa de la SAT, permitirá el empoderamiento para la toma de decisión oportuna en un conflicto de impacto, evitando incurrir en alguna falta a la responsabilidad administrativa, civil o penal que como empleados públicos estamos sujetos.

### **3. Delimitación del Problema**

El área de trabajo sujeta a investigación es Comunicación Social Externa de la Superintendencia de Administración Tributaria, dependencia con funciones de apoyo técnico, delegada para atender de forma centralizada las solicitudes de comunicación y divulgación de información que realicen las distintas Dependencias de la Institución.

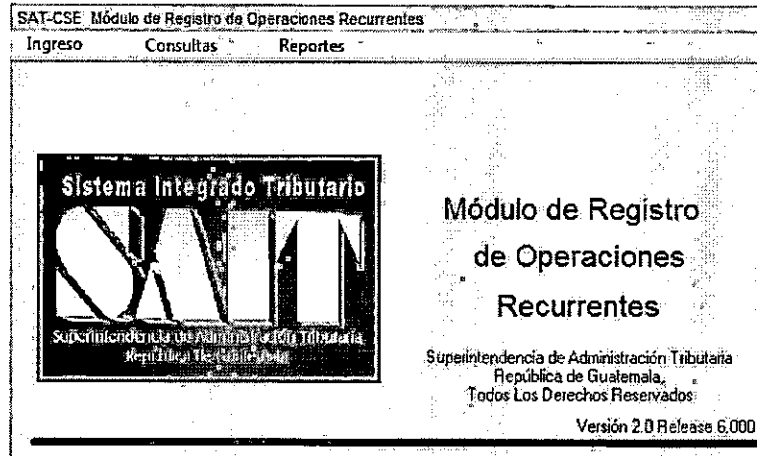
## **II. PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA**

La Estrategia para Implementar el Sistema Integral para Registro de Operaciones de Comunicación Social Externa de la SAT es un mecanismo creado para la administración de bases de datos específicas, cuyo propósito es el ordenamiento y estandarización del ingreso de información relacionada a las actividades recurrentes de cada área de trabajo.

Además del ingreso de información, este sistema permitirá realizar consultas recurrentes y generar informes ejecutivos y estadísticos, lo que facilitará la elaboración de estrategias para implementación de planes de acción, el análisis de la información y seguimiento de diversos procedimientos internos complementarios, para la toma de decisiones oportunas.

La Estrategia para Implementar el Sistema Integral para Registro de Operaciones de Comunicación Social Externa de la SAT, sea un mecanismo efectivo de administración de bases de datos, contará con tres módulos: Ingreso, Consultas y Reporte con lo que permitirá generar información confiable y oportuna de forma fácil y ágil.

Según se muestra en la imagen, la información se desplegará en la pantalla de la siguiente forma:



En tal sentido, a continuación, se describen los aspectos relevantes de cada módulo, la funcionalidad que tendrá en las áreas de trabajo y el efecto que puede causar para facilitar la ejecución de los procedimientos internos de Comunicación Social Externa de la Superintendencia de Administración Tributaria.

#### **A. Módulo de Ingreso**

Este módulo permitirá crear la base de datos específica para cada área de trabajo, es por ello que esta primera fase, es la parte medular del sistema, en virtud que permitirá la interactividad con los otros módulos que lo conforman e incluso la interconectividad de este registro con algunas herramientas independientes relacionadas, tales como: Registro Tributario Unificado y Sistema de Omisos.

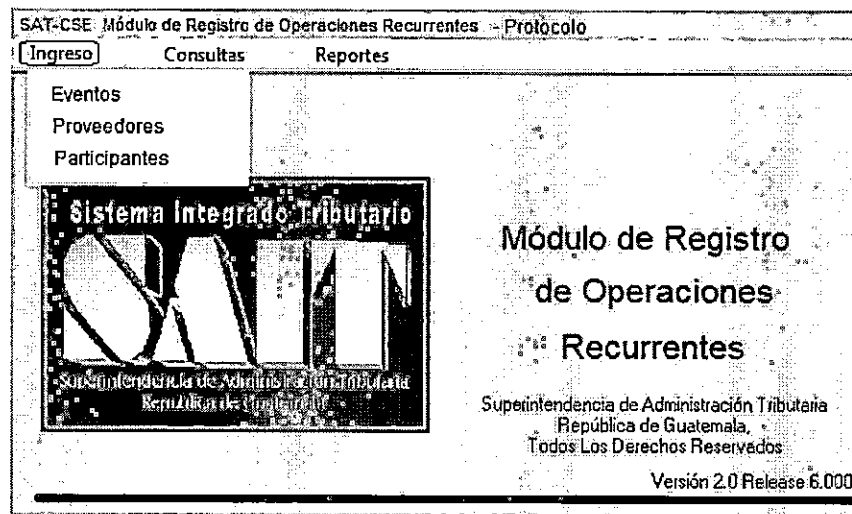
El profesional de Comunicación Social Externa de cada área de trabajo, será el responsable de registrar la información de las actividades recurrentes que realiza de acuerdo a sus atribuciones.

El registro de la información se realizará a través de formularios específicos que se adaptarán según las atribuciones de las áreas de trabajo y se conformarán con base a los siguientes criterios:

## 1. Área de Protocolo y Etiqueta

Para esta área deberá realizarse el registro de operaciones recurrentes con base a las actividades propias de la logística para el montaje de eventos, por lo que para crear las bases de datos que el sistema administrará en esta etapa, se utilizarán tres opciones de formularios: "Eventos", "Proveedores" y "Participantes".

La información se desplegará en la pantalla de la siguiente forma:



Al seleccionar cada una de las opciones desplegadas el sistema mostrará la información en cada formulario, de la manera siguiente:

### a. Formulario "Eventos"

Para registrar cada evento que se realice, este formulario debe incluir los siguientes campos:

**Tema Evento:** Debe consignarse el nombre del evento.

**Lugar:** Debe consignarse el lugar donde se llevará a cabo el evento.

**Fecha:** Debe consignarse la fecha en que programará el evento.

**Hora:** Debe consignarse la hora en que programará el evento.

**Participantes:** Debe consignarse los participantes/invitados al evento.

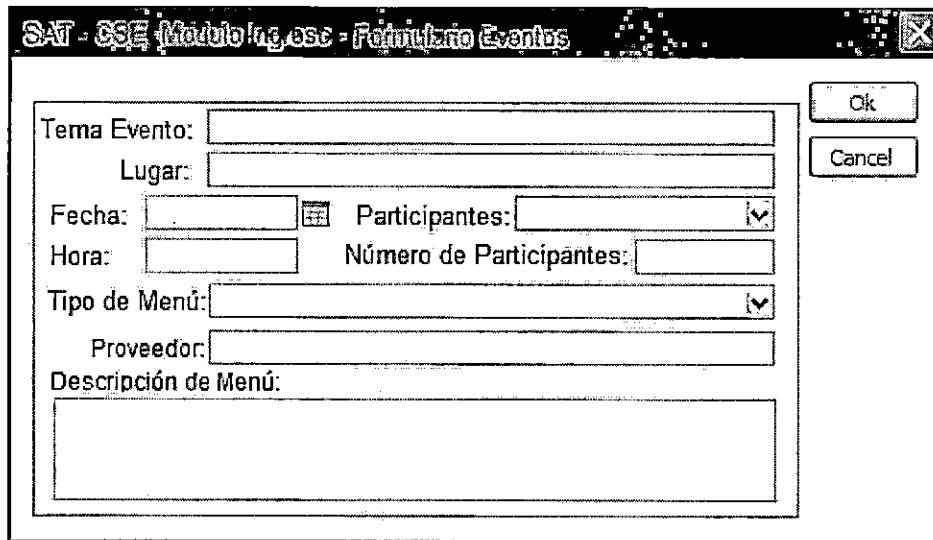
**Número de Participantes:** Debe consignarse el número de participantes.

**Tipo de Menú:** Debe consignarse la clasificación del menú, de acuerdo al horario del evento.

**Proveedor:** Debe consignarse la Razón Social del proveedor autorizado adjudicado para atender el evento.

**Descripción de Menú:** Debe consignarse el menú que va a servirse en el evento.

El formulario se desplegará en la pantalla, de la siguiente manera:



Es importante mencionar que en el campo de "Fecha", el profesional de esta área deberá seleccionar en el ícono de "Calendario" para que el sistema automáticamente consigne el dato requerido en el espacio destinado para este propósito.

Asímismo, para facilitar el ingreso de los registros del campo de "Participantes", el sistema permitirá desplegar una lista preestablecida de opciones referentes de la clasificación de los asistentes de acuerdo al sector al que pertenecen, tales como: "Organismos Internacionales", "Embajadas", "Funcionarios de Gobierno", "Sector Privado", "Universidades", "Cámaras", "Internos", "Otros" y "Todos".

Para el campo "Tipo de Menú", el sistema operará de la misma manera, con la diferencia que para este registro, las opciones de referencia que el profesional de esta área podrá seleccionar se conforman de: "Desayuno", "Almuerzo", "Cena", "Cofee Break" y "Otros".

Cabe resaltar que una vez el profesional complete la información requerida, el sistema automáticamente generará un "Código de Evento", que permitirá mayor facilidad de identificación del evento y será de utilidad para la interacción entre los otros módulos que conforman este sistema.

**b. Formulario "Proveedores"**

Para crear la base de datos de este formulario, el profesional debe completar la siguiente información:

**NIT Proveedor:** Debe consignarse el Número de Identificación Tributaria - NIT- del proveedor.

**Categoría Proveedor:** Debe consignarse la clasificación del proveedor.

**Contacto:** Debe consignarse el nombre de la persona contacto quien dará seguimiento a la solicitud.

**Número de Teléfono:** Debe consignarse el número de teléfono del proveedor.

**Correo Electrónico:** Debe consignarse la dirección de correo electrónico del proveedor. La pantalla se desplegará de la forma siguiente:



SIST - CSE Módulo Ingresos - Formulario Proveedores

NIT Proveedor:

Categoría Proveedor:

Contacto:

Número de Teléfono:

Correo Electrónico:

**DATOS REGISTRO TRIBUTARIO UNIFICADO**

Razón Social:

Nombre Comercial:

Dirección:

**DATOS SISTEMA DE OMISOS**

Ok

Cancel

A efecto de promover la interactividad de este sistema con otros sistemas internos institucionales, una característica importante de destacar es que en el campo de "NIT" una vez que el profesional consigne el dato referido, el sistema automáticamente desplegará la Razón Social, Nombre Comercial y Dirección del proveedor, de acuerdo a la información que se tiene en el Registro Tributario Unificado de la institución.

Asimismo, el profesional de esta área, podrá verificar si el proveedor se encuentra al día en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias en virtud de que se desplegará un campo con el texto "omiso" ó "sin omisos" a efecto de que se evalúe si procede o no la contratación respectiva.

En relación al campo "Categoría Proveedor", el sistema permitirá desplegar una lista preestablecida de opciones referentes de la clasificación del giro comercial o actividad económica del proveedor: "Hoteles", "Alimentos", "Mobiliarios", "Floristerías" y "Otros".

El sistema, cuando el profesional complete la información solicitada en el formulario, generará automáticamente un "Código de Proveedor", que de la misma forma que en el formulario de "Eventos" permitirá mayor facilidad de identificación del proveedor y permitirá la interacción entre los otros módulos que conforman este sistema.

**c. Formulario "Participantes"**

El profesional del área, para la creación de la base de datos, debe completar este formulario con la siguiente información:

**Funcionario:** Debe consignarse el nombre del funcionario de la institución.

**Cargo Funcionario:** Debe consignarse el cargo que ocupa el funcionario de la institución.

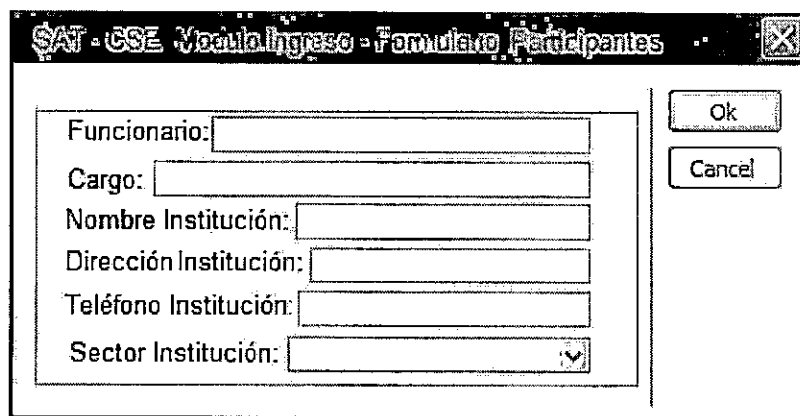
**Nombre Institución:** Debe consignarse el nombre de la Institución.

**Dirección Institución:** Debe consignarse la dirección de la Institución

**Teléfono Institución:** Debe consignarse el teléfono de la Institución

**Sector Institución:** Debe consignarse la clasificación del sector al que pertenece la institución.

La forma en que se mostrará la información en pantalla es de la forma siguiente:



The image shows a screenshot of a software dialog box titled "SAT - CSE Vencido Ingreso - Formulario Participantes". The dialog contains the following fields and controls:

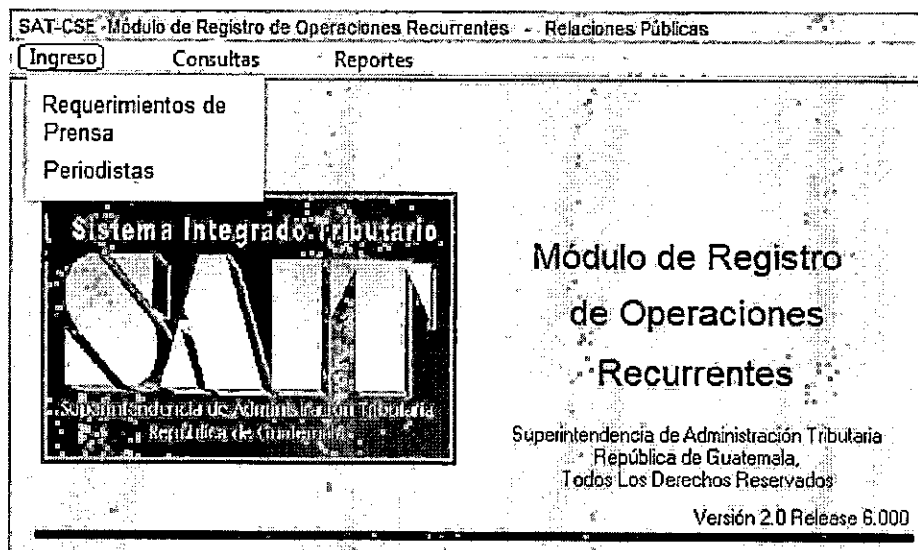
- Funcionario:
- Cargo:
- Nombre Institución:
- Dirección Institución:
- Teléfono Institución:
- Sector Institución:
- Ok button
- Cancel button

Para facilitar el ingreso de los registros del campo de "Participantes", el sistema permitirá desplegar una lista preestablecida de opciones referentes de la clasificación de los asistentes de acuerdo al sector al que pertenecen, tal como: "Organismos Internacionales", "Embajadas", "Funcionarios de Gobierno", "Sector Privado", "Universidades", "Cámaras", "Internos" y "Otros".

Al momento de completar la información solicitada en el formulario, el sistema generará automáticamente un "Código de Participante", permitirá mayor facilidad de identificación del proveedor y permitirá la interacción en los otros módulos que conforman este sistema.

## 2. Área de Relaciones Públicas con Medios de Comunicación Masivos

En este apartado, el profesional de esta área deberá registrar los requerimientos de información en temas de interés de opinión pública que realiza el gremio de periodistas de los diferentes medios de comunicación social tales como: prensa, radio y televisión, a efecto de canalizar al área respectiva, las solicitudes recibidas y atender las mismas en el menor plazo posible, por lo que para crear las bases de datos que el sistema administrará en esta etapa, se utilizarán dos opciones de formularios: "Requerimientos de Prensa" y "Periodistas". Según se muestra en la imagen a continuación, la pantalla se desplegará de la siguiente forma:



El sistema mostrará la información en cada formulario, de la manera siguiente:

**a. Formulario “Requerimientos de Prensa”**

Para crear la base de datos respectiva, el profesional de esta área, debe completar este formulario con la siguiente información:

**Fecha Requerimiento:** Debe consignarse la fecha de requerimiento.

**Periodista:** Debe consignarse el nombre del periodista

**Medio de Comunicación:** Debe consignarse el nombre del medio de comunicación para el cual trabaja el periodista.

**Tipo Medio de Comunicación:** Debe consignarse la clasificación del medio de comunicación.

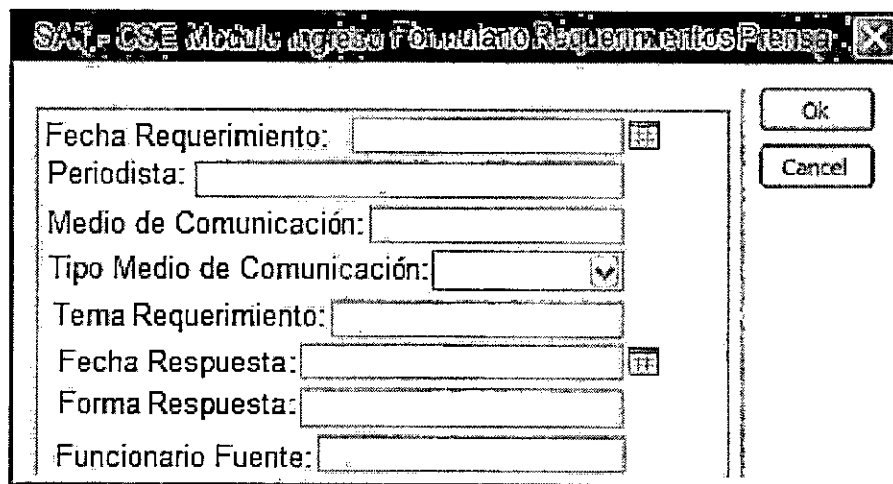
**Tema Requerimiento:** Debe consignarse el tema del requerimiento

**Fecha Respuesta:** Debe consignarse la fecha en que se dará la información.

**Forma Respuesta:** Debe consignarse la clasificación del mecanismo para proporcionar la información solicitada por el periodista.

**Funcionario Fuente:** Debe consignarse el nombre de la persona que otorgó la información solicitada por el periodista.

Este formulario en la pantalla, se desplegará de la siguiente forma:



Al igual que los anteriores formularios, al completarse la información de éste, el sistema generará automáticamente un “Código de Requerimiento de

Prensa”, que facilitará la identificación de la solicitud y permitirá la interacción en los otros módulos que conforman este sistema.

Es necesario considerar que en los campos de “Fecha de Requerimiento” y “Fecha de Respuesta”, el profesional de esta área deberá seleccionar en el ícono de “Calendario” para que el sistema automáticamente consigne el dato requerido en el espacio destinado para este propósito.

En relación al campo “Tipo de Medio de Comunicación”, el sistema permitirá desplegar una lista preestablecida de opciones que hacen referencia a la clasificación del medio de comunicación, por ejemplo: Prensa, Radio y Televisión.

Cabe destacar que este sistema, cada vez que registre un Requerimiento de Prensa, enviará un aviso de notificación al Jefe Inmediato del profesional de esta área, a través de Outlook, a efecto que se de el seguimiento respectivo, en virtud de respetar la línea de comunicación con los funcionarios de primer nivel.

#### ***b. Formulario “Periodistas”***

Para completar este formulario y crear la base de datos que corresponde, el profesional de esta área, debe consignar la siguiente información:

**Periodista:** Debe consignarse el nombre del periodista.

**Teléfono:** Debe consignarse el número de teléfono del periodista.

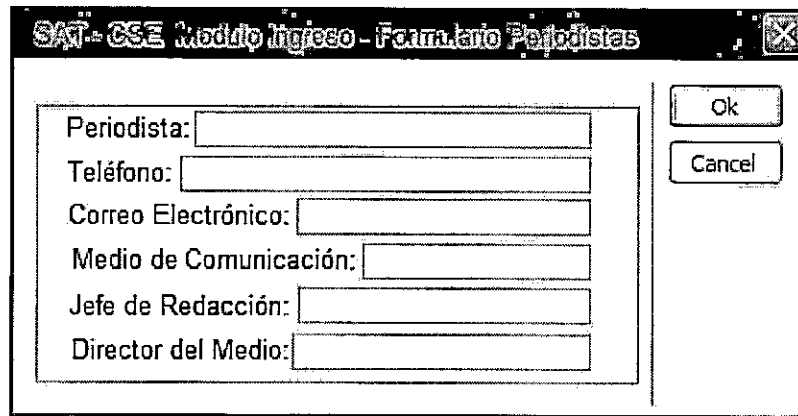
**Correo Electrónico:** Debe consignarse el correo electrónico del periodista.

**Medio de Comunicación:** Debe consignarse el nombre del medio de comunicación al que pertenece el periodista.

**Jefe de Redacción:** Debe consignarse el nombre del jefe inmediato del periodista.

**Director Medio de Comunicación:** Debe consignarse el nombre del Director del Medio al que pertenece el periodista.

Para el efecto, la pantalla para este formulario, se desplegará de la siguiente forma:

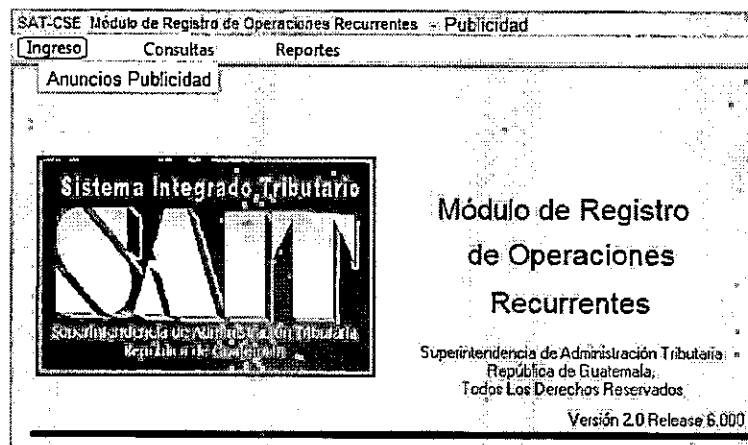


Al finalizar el ingreso de la información del formulario, el sistema generará automáticamente un "Código de Periodista", que facilitará la interacción entre los otros módulos que conforman este sistema.

### 3. Área de Publicidad ¡Error! Marcador no definido.

El profesional de esta área, será el responsable de registrar los requerimientos de publicidad, de acuerdo en el orden consecutivo en que se reciban las mismas.

La pantalla se desplegará de la manera siguiente:



Una vez seleccionada la opción respectiva, deberá llenar el formulario siguiente:

**a. Formulario “Anuncios Publicidad”**

La información que el profesional del área deberá completarse para este apartado es:

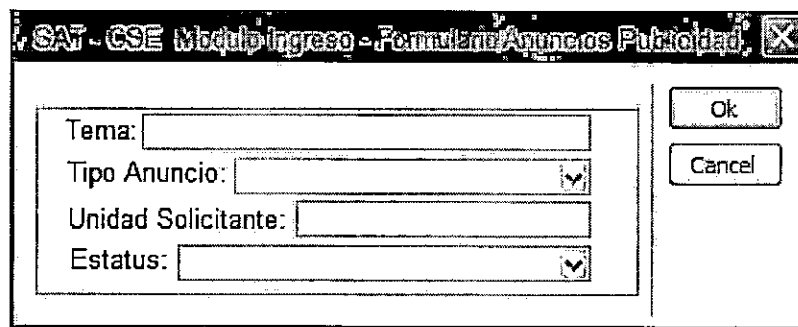
**Tema:** Debe consignarse el tema principal del anuncio publicitario.

**Tipo anuncio:** Debe consignarse la clasificación del tipo de anuncio publicitario.

**Unidad solicitante:** Debe consignarse el nombre de la Unidad que solicita la elaboración del anuncio de publicidad.

**Estatus:** Debe consignarse de estado del anuncio publicitario.

La pantalla, para este formulario, se desplegará de la siguiente forma:



El sistema generará automáticamente un “Código de Anuncio Publicitario”, una vez se finalice el ingreso de la información del formulario, que facilitará la interacción entre los otros módulos que conforman este sistema.

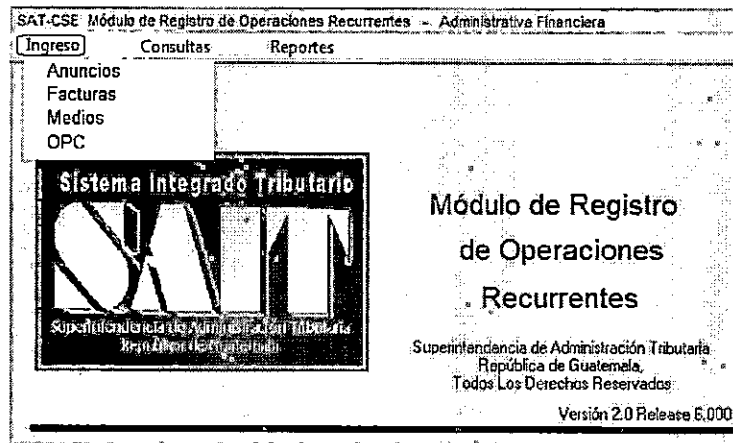
Para facilitar el registro de la información, en el campo “Tipo de anuncio publicitario”, el sistema permitirá desplegar una lista preestablecida de opciones para clasificar los anuncios publicitarios, tales como: “Anuncios Impresos”, “Anuncios Radiales”, “Anuncios Alternativos” y “Anuncios Electrónicos”

En relación al campo “Estatus”, el sistema permitirá desplegar una lista preestablecida de opciones de seguimiento de los anuncios, tales como: “En proceso de elaboración”, “En proceso de Revisión”, “En Proceso de

Corrección” y “Aprobado”. El sistema permitirá que este campo de actualice automáticamente en los módulos de consulta y reportes.

#### 4. Área Administrativa Financiera; Error! Marcador no definido.

En virtud que en esta área debe darse seguimiento al proceso administrativo financiero para gestionar la autorización de los pagos por los servicios de pauta publicitaria, la creación las bases de datos respectivas se realizará a través del registro de operaciones recurrentes. La pantalla se desplegará de la siguiente forma:



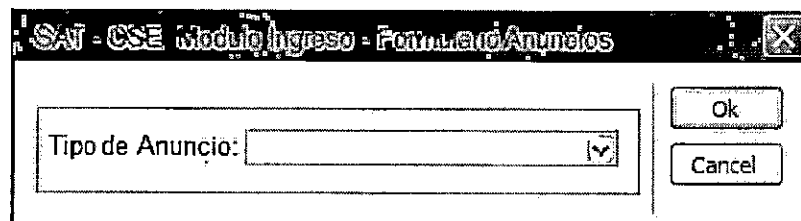
Lo cual permitirá el ingreso de datos en los siguientes formularios:

##### a. **Formulario “Anuncios”**

Como la pauta publicitaria se realiza de acuerdo el medio de comunicación, para crear la base de datos específica, debe consignarse la información de acuerdo a los siguientes criterios:

**Tipo de Anuncio:** Debe consignarse la clasificación del anuncio publicitario.

La pantalla, para este formulario, se desplegará de la siguiente forma:





El sistema permitirá desplegar una lista preestablecida de opciones referentes de la clasificación del medio: "Prensa", "Radio", "Televisión" y "Alternativos". Por lo que al dependerá de la selección que el profesional de esta área realice, se desplegará una ventana emergente que contendrá la siguiente información:

Para anuncios clasificados como "Prensa", la base de datos se conformará al completar los siguientes campos:

**Medio:** Debe consignarse el nombre del medio de comunicación en que se realiza la publicación.

**Fecha Publicación:** Debe consignarse la fecha de publicación del anuncio.

**Tamaño:** Debe consignarse el tamaño del anuncio.

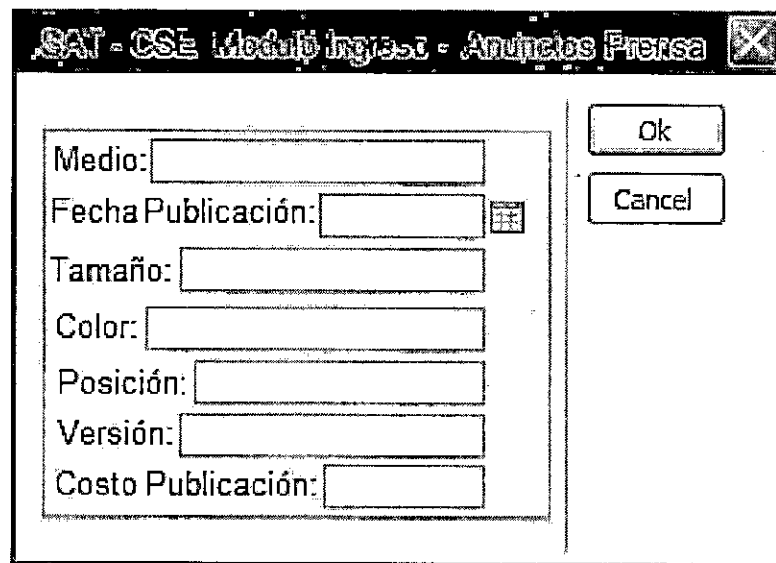
**Color:** Debe consignarse el tamaño del anuncio.

**Posición:** Debe consignarse la posición del anuncio.

**Versión:** Debe consignarse el nombre que identifica el anuncio.

**Costo Publicación:** Debe consignarse el costo de la publicación del anuncio.

La pantalla, (en una ventana emergente) para este formulario, se desplegará de la siguiente forma:



The image shows a screenshot of a software window titled "SAT - CSE Módulo Ingresos - Anuncios Prensa". The window contains a form with seven input fields: "Medio:", "Fecha Publicación:", "Tamaño:", "Color:", "Posición:", "Versión:", and "Costo Publicación:". To the right of the form are "Ok" and "Cancel" buttons. The "Fecha Publicación:" field has a small calendar icon next to it.

Para anuncios clasificados como "Radio", la base de datos se conformará al completar los siguientes campos:

**Radio:** Debe consignarse el nombre de las radios en que se transmitirá el anuncio.

**Campaña:** Debe consignarse el tema principal que identifica el anuncio.

**Versión:** Debe consignarse el tema secundario que identifica el anuncio.

**Duración Spot:** Debe consignarse la duración del anuncio.

**Total Spots Comprados Diarios:** Debe consignarse la cantidad total de anuncios contratados por día.

**Total Spots Comprados:** Debe consignarse la cantidad total de anuncios contratados.

**Período Pauta:** Debe consignarse las fechas en que se transmitirá el anuncio.

**Días Pautados:** Debe consignarse las fechas exactas en que se transmitirá el anuncio.

**Total Días Comprados:** Debe consignarse el total de días en que se transmitirá el anuncio.

**Total Inversión:** Debe consignarse el monto total a pagar por la transmisión del anuncio.

En una ventana emergente, el formulario, se desplegará de esta forma:

The image shows a screenshot of a software window titled "SAJ - CSE Módulo Ingreso - Anuncios Radio". The window contains a form with the following fields: Radio, Campaña, Versión, Duración Spot, Total Spot Comprados Diarios, Total Spot Comprados, Período Pauta (with two date pickers), Días Pautados, Total Días Comprados, and Total Inversión. There are "Ok" and "Cancel" buttons on the right side.

Para anuncios clasificados como "Televisión", la base de datos se conformará al completar los siguientes campos:

**Canal:** Debe consignarse el nombre del canal en que se transmitirá el anuncio.

**Programa:** Debe consignarse el nombre del programa en que se transmitirá el anuncio.

**Campaña:** Debe consignarse el tema principal que identifica el anuncio.

**Versión:** Debe consignarse el tema secundario que identifica el anuncio.

**Duración Spot:** Debe consignarse la duración del anuncio.

**Total Spots Comprados:** Debe consignarse la cantidad total de anuncios contratados.

**Período de Pauta:** Debe consignarse las fechas en que se transmitirá el anuncio.

**Días Pautados:** Debe consignarse las fechas exactas en que se transmitirá el anuncio.

**Total Días Comprados:** Debe consignarse el total de días en que se transmitirá el anuncio.

**Total Inversión:** Debe consignarse el monto total a pagar por la transmisión del anuncio. La pantalla se mostrará de la siguiente forma:

The screenshot shows a software window titled "SAT - CSE Múltiple Ingresos - Anuncios TV". The window contains a form with the following fields and controls:

- Canal:
- Programa:
- Campaña:
- Versión:
- Duración Spot:
- Total Spot Comprados:
- Período Pauta:   (with date pickers)
- Días Pautados:
- Total Días Comprados:
- Total Inversión:

On the right side of the form, there are two buttons: "Ok" and "Cancel".

Para anuncios clasificados como "Alternativos", la base de datos se conformará al completar los siguientes campos:

**Descripción:** Debe consignarse la descripción que identifica el material publicitario.

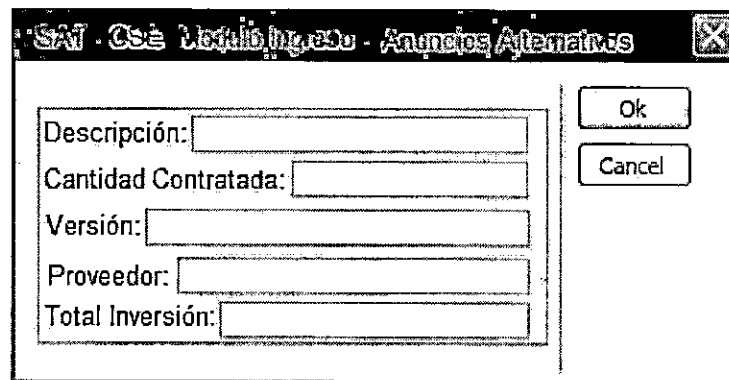
**Cantidad Contratada:** Debe consignarse la cantidad del material publicitario que se desea contratar.

**Versión:** Debe consignarse el nombre que identifica el material publicitario

**Proveedor:** Debe consignarse el nombre del proveedor a quien se le compra el material publicitario.

**Total Inversión:** Debe consignarse el monto total a pagar por la transmisión del anuncio.

Este formulario se desplegará de la siguiente forma:



The image shows a screenshot of a Windows dialog box. The title bar reads "SWI - CSE - Módulo Ingreso - Anuncios Alternativos". The dialog contains five text input fields, each with a label to its left: "Descripción:", "Cantidad Contratada:", "Versión:", "Proveedor:", and "Total Inversión:". To the right of these fields are two buttons: "Ok" and "Cancel".

Cabe destacar que el sistema generará una vez se finalice el ingreso de la información en cada formulario generados a través de la selección de la opción de "Tipo de Anuncio", automáticamente generará un código identificador que facilitará la interacción entre los otros módulos que conforman este sistema, siendo éstos "Código Anuncio Prensa", "Código Anuncio Radio" y "Código Anuncio Alternativo"

**b. Formulario "Facturas"**

El delegado de esta área para recepción de facturas, para crear la base de datos respectiva, deberá realizar el registro de las facturas emitidas por los proveedores, consignando la información en los siguientes campos:

**NIT:** Debe consignarse el Número de Identificación Tributaria -NIT- del proveedor que emite la factura.

**Fecha:** Debe consignarse la fecha de emisión de la factura.

**No. Serie:** Debe consignarse el número de serie de la factura del emisor.

**No. Correlativo:** Debe consignarse el número de correlativo de la factura del emisor.

**Monto:** Debe consignarse el monto total a pagar por el servicio prestado.

**Recibo de Caja:** Debe consignarse el número de recibo de caja. **Descripción**

**Servicio:** Debe consignarse la descripción del servicio prestado por el proveedor valida el pago de la factura emitida por el servicio prestado. La pantalla para este formulario se desplegará de la manera siguiente:

The screenshot shows a Windows-style application window titled "SAT - CGR - Módulo Ingresos - Formulario Facturas". The window contains a form with the following fields and sections:

- NIT:** A text input field.
- Fecha:** A date input field with a calendar icon.
- No. Serie:** A text input field.
- No. Correlativo:** A text input field.
- Monto:** A text input field.
- No. Recibo de Caja:** A text input field.
- Descripción:** A text input field with a checkmark icon.
- DATOS REGISTRO TRIBUTARIO UNIFICADO:** A section containing:
  - Razón Social:** A text input field.
  - Nombre Comercial:** A text input field.
  - Dirección:** A text input field.
  - Régimen:** A text input field.
- DATOS SISTEMA DE OMISOS:** A section containing:
  - A single text input field.

On the right side of the form, there are two buttons: "Ok" and "Cancel".

El sistema generará automáticamente un "Código de Factura", una vez se finalice el ingreso de la información del formulario, que facilitará la interacción entre los otros módulos que conforman este sistema.

A efecto de promover la interactividad de este sistema con otros sistemas institucionales internos, en el campo de "NIT" una vez que el profesional consigne el dato referido, el sistema automáticamente desplegará la Razón Social, Nombre Comercial, Dirección, Régimen y si tiene o no registro de omisiones, de acuerdo a la información que se tiene en el Registro Tributario Unificado y Sistema de Omisos de la institución.

En el campo de "Fecha de Emisión de Factura", el profesional de esta área deberá seleccionar en el ícono de "Calendario" para que el sistema automáticamente consigne el dato requerido en el espacio destinado para este propósito.

En relación al campo "Descripción del servicio", el sistema permitirá desplegar una lista preestablecida de opciones de clasificación del servicio, tales como: "Pauta Publicitaria", "Producción Publicitaria", "Promocionales" y "Monitoreo publicitario" para facilitar la consignación de la información.

### **c. Formulario "Medios"**

Para crear la base de datos de este formulario, el profesional debe completar la siguiente información:

**NIT Medio:** Debe consignarse el Número de Identificación Tributaria -NIT- del proveedor.

**Categoría Medio:** Debe consignarse la clasificación del proveedor.

**Contacto:** Debe consignarse el nombre del ejecutivo de cuenta o persona contacto quien dará seguimiento a la solicitud.

**Número de Teléfono:** Debe consignarse el número de teléfono del proveedor.

**Correo Electrónico:** Debe consignarse la dirección de correo electrónico del proveedor.

Este formulario se desplegará en pantalla, de la siguiente forma:

SAT - C&E Módulo Ingresos - Formulario Medios

NIT Medio:

Categoría Medio:

Contacto:

Número de Teléfono:

Correo Electrónico:

**DATOS REGISTRO TRIBUTARIO UNIFICADO**

Razón Social:

Nombre Comercial:

Dirección:

**DATOS SISTEMA DE OMISOS**

Ok

Cancel

El sistema, cuando el profesional complete la información solicitada en el formulario, generará automáticamente un "Código de Medio", para facilitar la identificación del proveedor y la interacción entre los otros módulos que conforman este sistema.

A efecto de promover la interactividad de este sistema con otros sistemas internos institucionales, una característica importante de destacar es que en el campo de "NIT Medio" una vez que el profesional consigne el dato referido, el sistema automáticamente desplegará la Razón Social, Nombre Comercial y Dirección del Medio, de acuerdo a la información que se tiene en el Registro Tributario Unificado de la institución.

Asimismo, el profesional de esta área, podrá verificar si el proveedor se encuentra al día en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias en virtud de que se desplegará un campo con el texto “omiso” ó “sin omisos” a efecto de que se evalúe si procede o no la contratación respectiva.

En relación al campo “Categoría Medio”, el sistema permitirá desplegar una lista preestablecida de opciones referentes de la clasificación del proveedor: “Prensa”, “Radio”, “Televisión”, “Alternativos” y “Otros”.

**d. Formulario “Ordenes de Pedido de Compra”**

Para crear la base de datos de este formulario, el profesional debe completar la siguiente información:

**Fecha:** Debe consignarse la fecha de emisión de la Orden de Pedido de Compra -OPC-

**Número OPC:** Debe consignarse el número correlativo de emisión de la Orden de Pedido de Compra -OPC-

**Monto:** Debe consignarse el total de monto de la Orden de Pedido de Compra -OPC-

**Estado de OPC:** Debe consignarse el estado en que se encuentra la Orden de Pedido de Compra -OPC-

La pantalla de este formulario, se desplegará de la forma siguiente:

The screenshot shows a software window titled "SAI - CSE Módulo Ingreso - Formulario OPC". Inside the window, there are four input fields arranged vertically on the left side. The first field is labeled "Fecha:" and has a small calendar icon to its right. The second field is labeled "No.-OPC:". The third field is labeled "Monto Total:". The fourth field is labeled "Estatus:" and has a small dropdown arrow icon to its right. On the right side of the window, there are two buttons: "Ok" and "Cancel".



Al completar la información del formulario, el sistema generará automáticamente un "Código de OPC", para efectos de interacción entre los otros módulos que conforman este sistema.

Es importante mencionar que en el campo de "Fecha de emisión de OPC", el profesional de esta área deberá seleccionar en el ícono de "Calendario" para que el sistema automáticamente consigne el dato requerido en el espacio destinado para este propósito.

En relación con el campo "Estado de OPC", el sistema permitirá desplegar una lista preestablecida de opciones referentes al seguimiento de la Orden de Pedido de Compra -OPC-, tales como: "Pendiente de Firma", "Aprobada", "Trasladada para Pago", "Cancelada" y "Otros".

## **B. Módulo de Consultas**

El Sistema Integral para Registro de Operaciones de Comunicación Social Externa de la SAT, permitirá que una vez se complete la base de datos específica para cada área de trabajo, podrán generarse consultas simples o combinadas, según lo requiera el profesional delegado para el efecto.

En tal sentido, podrá utilizar un solo dato, como el "código" generado individualmente al completar cada formulario o bien utilizando cualquier campo que se consigne dentro del mismo, es decir, podrá generar consultas de "Tipo de Evento", "Requerimientos de Prensa Atendidos", "Anuncios de Prensa publicados según Rango de Fechas", por mencionar algunas alternativas.

Asimismo, este módulo permitirá visualizar la consulta en pantalla además de tener la opción de impresión de la misma.

### **C. Módulo de Informes**

Para este apartado, el Sistema Integral para el Registro de Operaciones de Comunicación Social Externa de la SAT, permitirá tantas opciones de generar reportes de información general, como cantidad de consultas se requieran por lo que ambos módulos se complementan.

Adicionalmente, en este módulo, el sistema podrá generar un control estadístico monetario, que permitirá mantener actualizado los movimientos económicos que se realizan en Comunicación Social Externa de la SAT, en relación con la administración de los fondos asignados en el renglón respectivo, a efecto de dar seguimiento a la ejecución presupuestaria correspondiente.

Para lograr este propósito, las bases de datos en los distintos formularios descritos en el "Módulo de Ingreso" deberán mantenerse actualizadas por lo que será responsabilidad de cada profesional realizar esta labor, ya que de esa manera el sistema podrá realizar el débito respectivo del monto total del presupuesto asignado lo que permitirá tener la información de cuánto se ha invertido y cuánto es el saldo disponible.

### **D. Especificaciones Técnicas del Sistema Propuesto**

El Sistema Integral para Registro de Operaciones de Comunicación Social Externa de la SAT, es una herramienta que consiste en una serie de formularios específicos diseñados de acuerdo a las necesidades de cada área de trabajo, alimentados por el profesional delegado para este propósito, con lo cual permitirá generar consultas y reportes varios.

Es decir, es un mecanismo para la administración de distintas bases de datos que serán almacenadas en un servidor Oracle Database 10g además de aplicaciones complementarias del SQL Server, por la facilidad de permitir almacenar grandes cantidades de datos y transformarlas en aplicaciones

individuales específicas permitiendo generar información oportuna, de acuerdo con las necesidades de los usuarios conectados.

Sin embargo, cabe destacar que para lograr el funcionamiento normal del sistema, se debe contar con una plataforma diseñada para este propósito, por lo que otras de las especificaciones técnicas que deben considerarse en este sentido, son las siguientes:

### **1. Requisitos de Hardware**

- ✓ Procesador Pentium 1.5 GHz, aunque se recomienda que sea de 2GHz.
- ✓ 512 MB de memoria y es recomendable que sea entendible a más de 1 GB.
- ✓ Pantalla de 800x600 pixeles, con recomendación de 1024x768 pixeles.
- ✓ Pantalla color 16 bit y se recomienda de 32 bits

### **2. Sistema Operativo**

- ✓ Windows XP, Vista, 8 y 8
- ✓ Macintosh OS X Versión 10.4 o posterior

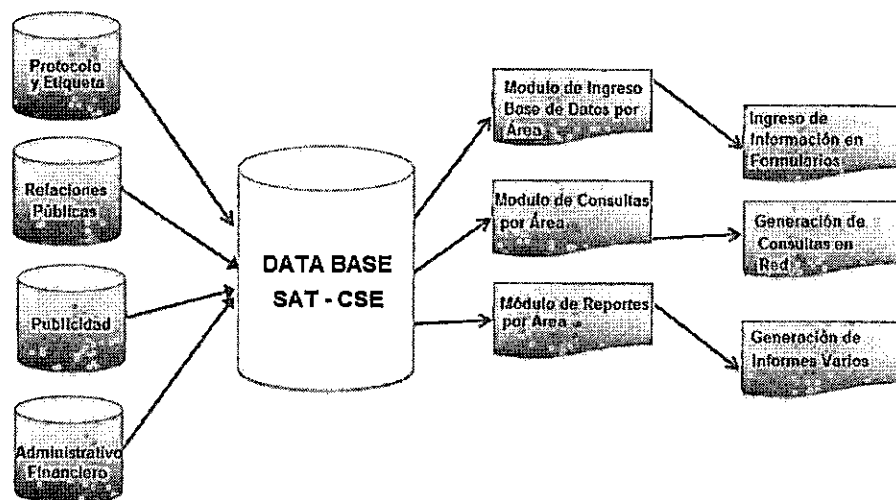
### **3. Software del navegador**

- ✓ Internet Explorer 8 o posterior con cifrado de 128 bits
- ✓ FireFox 6.3 o posterior con cifrado de 128 bits
- ✓ Safari 4.0 o posterior con cifrado de 128 bits

Al personal asignado a esta área de trabajo, se le otorgará un usuario (Login) y contraseña, los profesionales de cada área tendrá rol de "solicitante" y permisos de "operador", para efectos de alimentar la base de datos, mientras que el jefe inmediato y el supervisor tendrán asignado el rol de "autorizador" y

permisos de "administrador" para dar seguimiento a la información generada en el sistema.

En tal sentido, la estructura general de la Estrategia para Implementar el Sistema Integral para Registro de Operaciones de Comunicación Social Externa de la SAT, se basa en el siguiente esquema:



La necesidad de la Estrategia para Implementar el Sistema Integral para Registro de Operaciones de Comunicación Social Externa de la SAT, surge del análisis de la situación actual de la unidad administrativa sujeta de investigación y se determina que en cada área de trabajo que la conforma, el procedimiento general establecido se basa en el siguiente esquema:

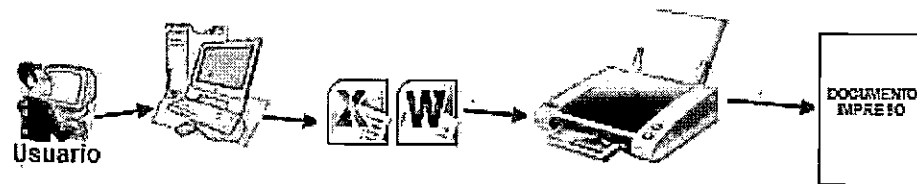
<b>PROCEDIMIENTO GENERAL</b>	<b>TIEMPO ESTIMADO</b>
Ingreso de datos en Hoja de Cálculo de Microsoft Excel o plantillas autorizadas elaboradas en Microsoft Word.	15 minutos*
Consulta de los datos de ingresados en otros sistemas internos para verificar que no existe algún inconveniente para realizar los procedimientos administrativos autorizados.	2 a 3 horas*
Se imprime la hoja de cálculos o plantillas autorizadas y se le adjunta la papelería específica en donde se registra las actuaciones realizadas y se archiva físicamente.	05 minutos*
Para consultar uno o varias gestiones atendidas y elaborar reportes varios, se localiza el archivo físico, se verifica la información requerida y se consolida la información.	20 minutos*

\*Tiempo promedio por cada gestión en una jornada de trabajo regular.

Por lo que se ha identificado los siguientes factores:

1. El tiempo que invierte el profesional de cada área de trabajo en realiza los procesos internos autorizados es prolongado por lo que en ocasiones se le dificulta dar continuidad a otras actividades recurrentes que requieren menor tiempo para su realización.
2. La recopilación de registros se efectúa utilizando mecanismos que no cuentan con los estándares de control necesarios para generar información rápida y confiable.
3. Las consultas de la información de actividades recurrentes realizadas oportunamente, se realizan con base a revisiones manuales en archivos físicos.

4. La consolidación de datos para generar informes ejecutivos y estadísticos recurrentes deben ser realizados con cierto plazo de antelación y existe el riesgo de que si se necesita generar información emergente, se debe dar prioridad a esta actividad y dejar en espera las otras actividades que se estén ejecutando, según se muestra en la siguiente gráfica.



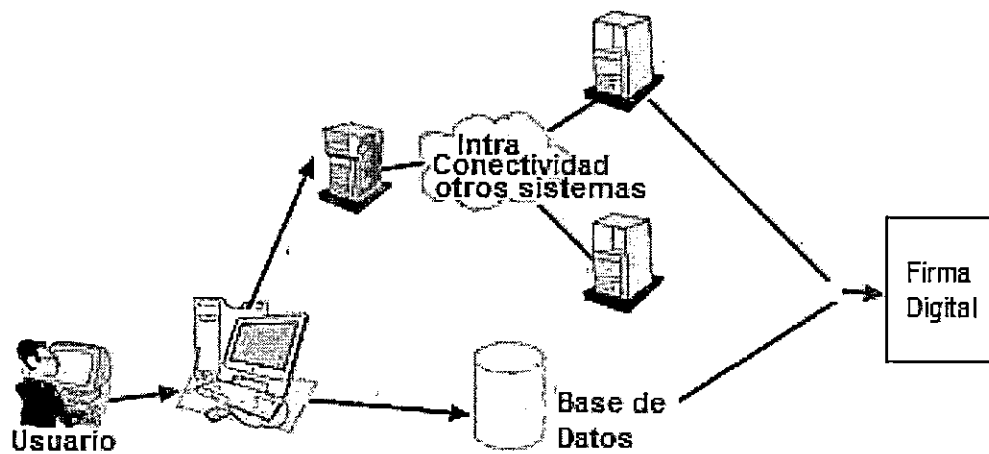
Por ello, se propone la Estrategia para Implementar el Sistema Integral para Registro de Operaciones de Comunicación Social Externa de la SAT, el cual aplicará para cada área de trabajo, considerando las necesidades específicas de cada una de ellas según se ha mencionado, con lo que se pretende contrarrestar estas debilidades, considerando los siguientes aspectos:

1. El ingreso de datos en cada formulario se hará en el momento que surja la necesidad de gestionar la solicitud recibida, permitiendo que el registro de operaciones recurrentes sea constante.
2. Al utilizar una herramienta informática, la información que se genere en el sistema propuesto permitirá generar información confiable, ya que estará sujeta a verificaciones de índole técnico tales como alertivos, mensajes de error, duplicidad de datos, por mencionar algunos ejemplos, lo que consecuentemente generará información confiable, rápida y oportuna.
3. El sistema propuesto, permita la conectividad con otros sistemas internos de la institución como son el Registro Tributario Unificado y Sistema de Cobranza Administrativa y Omisos para minimizar tiempos

de ejecución de procedimientos que dependen de la información que generen otras unidades administrativas de la Institución.

4. Las consultas y reportes varios que debe generar en cada área de trabajo, el sistema la desplegará automáticamente, según lo requiera el profesional delegado, permitiendo la optimización de tiempos para realizar las atribuciones respectivas.

En tal sentido, con la Estrategia para Implementar el Sistema Integral para Registro de Operaciones de Comunicación Social Externa de la SAT, se tendrá una herramienta que facilitará que la ejecución de los procedimientos internos autorizados a efecto se realice de manera más rápida y efectiva, siguiendo el siguiente esquema:



#### E. Análisis de Factibilidad

La Estrategia para Implementar el Sistema Integral para Registro de Operaciones de Comunicación Social Externa de la SAT, fue evaluado en virtud de los siguientes criterios:

## **1. Factibilidad Legal**

La Estrategia para Implementar el Sistema Integral para Registro de Operaciones de Comunicación Social Externa de la SAT, cumple con los requerimientos legales correspondientes, en virtud de que cada actuación realizada por cada uno de los actores involucrados en el mismo, son en función de dar cumplimiento con la legislación vigente.

## **2. Factibilidad Técnica**

La Estrategia para Implementar el Sistema Integral para Registro de Operaciones de Comunicación Social Externa de la SAT, permitirá la utilización de los recursos como herramientas, conocimientos, habilidades y experiencia que cada uno de los actores involucrados poseen, a efecto de mejorar y optimizar las actividades que se realizan en virtud de las atribuciones delegadas, por lo que se considera acorde a los lineamientos característicos de este tipo de factibilidad.

## **3. Factibilidad Operativa**

La Estrategia para Implementar el Sistema Integral para Registro de Operaciones de Comunicación Social Externa de la SAT, atiende los lineamiento de una factibilidad operativa ya que permite la participación del recurso humano y permitirá ordenar las actividades que realiza el equipo de trabajo, a efecto de optimizar el tiempo utilizado para desempeñarlas, logrando así, una mayor productividad de los actores.

## **4. Factibilidad Económica**

Regularmente la estrategia para implementar el sistema con características similares al propuesto, requiere considerar una serie de aspectos el buen funcionamiento del mismo tales como: Adquisición de equipo de cómputo, licencias de software, sistemas operativos y administración de bases de datos, lo cual requiere una inversión económica que según expertos en la materia,



oscila entre \$1,300.00 USD hasta \$15,000.00 USD por usuario, es decir, que el 80% de la inversión se distribuye en aspectos informáticos y el 20 % en otras actividades recurrentes de instalación física en las áreas de trabajo que se requieran.

Sin embargo, en virtud que la institución ya cuenta con esta capacidad instalada y se ha invertido en todos los aspectos anteriormente mencionados, la Estrategia para Implementar el Sistema Integral para Registro de Operaciones de Comunicación Social Externa de la SAT no requerirá ninguna inversión adicional.

Por lo que el procedimiento para que se realice este proceso se enfocará en la incorporación en red de todos los equipos de cómputos que utiliza el personal de Comunicación Social Externa, los cuales cumplen con todos los requerimientos informáticos para dar cumplimiento con las características propias de la factibilidad de este proyecto lo que permitirá la optimización de los recursos asignados.

### III. IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA

La Estrategia para Implementar el Sistema Integral para Registro de Operaciones de Comunicación Social Externa de la SAT, se realizó con base al siguiente cronograma:

JUNIO 2016					JULIO 2016					AGOSTO 2016			
\$1	\$2	\$3	\$4	\$5	\$1	\$2	\$3	\$4	\$5	\$1	\$2	\$3	\$4
01-05	08-12	15-20	22-27	29-30	01-03	08-10	13-18	20-25	27-31	03-07	10-14	17-21	24-28
Primera reunión con jefe inmediato del área de la entidad donde se implementará el proyecto	Análisis y evaluación de la propuesta a presentar a los directivos de la entidad	Presentación del proyecto a directivos de la entidad	Análisis y evaluación de la propuesta previa a autorizar la propuesta	Autorización del jefe inmediato para la primera fase de la propuesta	Elaboración de plan de trabajo para implementar la estrategia en la entidad sujeta de investigación	Entrega de Borrador de la estrategia a los inmediatos	Análisis y evaluación de la propuesta previa a presentarla a los directivos de la entidad	Presentación de Directorio de SAT que da validez a la implementación de la estrategia	Autorización de directivos para la implementación	Presentación del proyecto al personal de otras áreas involucradas para ejecución de la estrategia	Presentación de los aspectos generales del proyecto al personal de área de CSE que deberá implementar el proyecto	Capacitación de los aspectos generales del proyecto al personal de área de CSE que deberá implementar el proyecto	Inicia la fase de implementación del proyecto

## **CONCLUSIONES**

Con la Estrategia para Implementar el Sistema Integral para Registro de Operaciones de Comunicación Social Externa de la SAT, se concluye que:

1. Permite el ordenamiento y estandarización de los mecanismos para el ingreso de información relacionadas con las operaciones de las atribuciones delegadas al personal de Comunicación Social Externa de la SAT.
2. Optimiza la administración de la información relacionadas con las atribuciones del equipo de trabajo, lo cual conlleva a la ejecución de acciones de comunicación más efectivas.
3. Mejora el rendimiento de los empleados y funcionarios públicos y se generen mejores resultados en la gestión institucional.

## **RECOMENDACIONES**

Con la Estrategia para Implementar el Sistema Integral para Registro de Operaciones de Comunicación Social Externa de la SAT, se recomienda:

Utilizarla por ser un mecanismo electrónico que optimiza la administración de la información, por estar enfocada en el ordenamiento y estandarización de los mecanismos para registro de operaciones.

Como herramienta útil y necesaria para fortalecer las funciones del equipo de trabajo, con el propósito de hacer más efectiva la labor delegada dando el seguimiento oportuno al uso de este.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aristoteles, E. o. (15 de 01 de 2016). <https://goo.gl/PG3J5w>. Obtenido de <https://goo.gl/PG3J5w>: <https://goo.gl/PG3J5w>
- Definiciones, C. -D. (28 de 02 de 2016 ). <https://goo.gl/q2CeK1>. Obtenido de <https://goo.gl/q2CeK1>: <https://goo.gl/q2CeK1>
- Diccionarios.com. (16 de 01 de 2016). <https://goo.gl/qxeqw2>. Obtenido de <https://goo.gl/qxeqw2>: <https://goo.gl/qxeqw2>
- Estructuralismo, M. y. (20 de 03 de 2016). <https://goo.gl/Ub3SG9>. Obtenido de <https://goo.gl/Ub3SG9>: <https://goo.gl/Ub3SG9>
- Guatemala, C. d. (1998). *Decreto 1-98 Ley Orgánica de la SAT*. Guatemala: Tipografía Nacional.
- Palacios, G. (2016). *Gráfica No. 1 - Edad - Elaboración e Interpretación propia*. Guatemala.
- Palacios, G. (2016). *Gráfica No. 2 - Sexo - Elaboración e Interpretación propia*. Guatemala.
- Palacios, G. (2016). *Gráfica No. 3 - Elaboración e Interpretación Propia*. Guatemala.
- Palacios, G. (2016). *Gráfica No. 4 - Elaboración e Interpretación propia*. Guatemala.
- Palacios, G. (2016). *Gráfica No. 5 - Elaboración e Interpretación Propia*. Guatemala.
- Palacios, G. (2016). *Gráfica No. 6 - Elaboración e Interpretación propia*. Guatemala.
- Parsons, T. (1951). El Sistema Social . En T. Parsons, *El Sistema Social* (págs. Pag. 118-119). Cambridge: Cambridge, Mass. .
- (2015). *Presupuesto General de Ingresos y Egresos de la Nación* . guatemala: Tipografía Nacional .
- Propia, R. (1998). Decreto 1-98. *Congreso de la República de Guatemala*. Guatemala.
- Propia, R. (2007). Acuerdo Directorio 07-2007 .
- República, C. d. (2013). *Libro III, Decreto 13-2013* . Guatemala: Tipografía Nacional.
- SAT. (2007). *Acuerdo Directorio Numero 07-2007 - Reglamento Interno SAT*. Guatemala: SAT.
- SAT. (2014). *Organigrama SAT - Memoria de Labores*. Guatemala.
- SAT. (2016). *Plan Estratégico 2016 - 2020*. Guatemala: SAT.
- SAT. (2016). *Plan Operativo Anual 2016*. Guatemala: SAT.

Serralde, A. (1980). Revista Management Today en Español . *Revista Management Today en Español* , 6-9.

Teoria de Sistemas, L. v. (15 de 01 de 2016). <https://goo.gl/b9E7IA>. Obtenido de <https://goo.gl/b9E7IA>: <https://goo.gl/b9E7IA>

z. (s.f.).

