



**UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE EDUCACIÓN**

**FORMACIÓN PARA LA COMUNICACIÓN DIGITAL EN LAS
ORGANIZACIONES
CASO: PROCURADURÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA**

Tutora: Norelkis Riera

Autora: Useche Anays

C.I.: V-20.589.982

Caracas, Septiembre 2015



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA

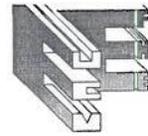


**FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE EDUCACIÓN**

**FORMACIÓN PARA LA COMUNICACIÓN DIGITAL EN LAS
ORGANIZACIONES
CASO: PROCURADURÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA**

**Trabajo de grado presentado ante la Universidad Central de Venezuela
para optar a la Licenciatura en Educación, Mención de los Recursos
Humanos**

Caracas, Septiembre de 2015



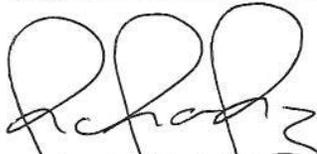
VEREDICTO

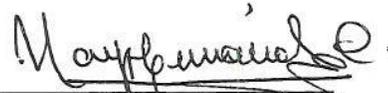
Quienes suscriben, miembros del jurado designado por el Consejo de la Escuela de Educación en su sesión 1575 de fecha 22-07-2015 para evaluar el Trabajo de Licenciatura presentado por **ANAYS A. USECHE DÍAZ**, C.I. 20.589.982 bajo el Título: **FORMACIÓN PARA LA COMUNICACIÓN DIGITAL EN LAS ORGANIZACIONES. CASO: PROCURADURÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA** para optar el Título de LICENCIADO EN EDUCACIÓN, mención Desarrollo de los Recursos Humanos, dejan constancia de lo siguiente:

1. Hoy 21-09-2015 nos reunimos en la sede de la Escuela de Educación para que su(s) autor(es) lo defendiera(n) en forma pública.
2. Culminada la Defensa Pública del referido Trabajo de Licenciatura, conforme a lo dispuesto en el Art. 14 del "Reglamento de Trabajos de Licenciatura de las escuelas de la Facultad de Humanidades y Educación" adoptando como criterios para otorgar la calificación: rigurosidad en el razonamiento, coherencia en la exposición, claridad y pertinencia en los procesos metodológicos empleados, adecuación del sustento teórico, así como la calidad de la exposición oral y de las respuestas dadas a las preguntas formuladas por el jurado, acordamos calificarlo como:

APLAZADO APROBADO otorgándole la mención:
 SUFICIENTE DISTINGUIDO SOBRESALIENTE

3. Las razones que justifican la calificación otorgada son las siguientes: CONSTITUYE UN APORTE SIGNIFICATIVO EN EL ÁREA DE COMUNICACIÓN DIGITAL PARA LA PROCURADURÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA. ADemás, SE DESTACA SU PRESENTACIÓN, MANEJO TEÓRICO Y METODOLÓGICO DEL ÁREA ESTUDIO. SE SUBIENE SU APLICACIÓN.


 Prof. Rodolfo Ron


 Prof. Naysia Hernández

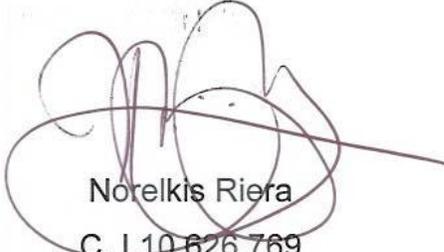

 Tutor: Norelikis Riera



APROBACION DEL TUTOR

Quien suscribe, Profesora Norelkis Riera, de la Universidad Central de Venezuela adscrita a la Escuela de Educación, en mi carácter de tutora del Trabajo de Grado titulado Formación para la comunicación digital en las organizaciones, realizado por la ciudadana Anays A. Useche D. C. I. V-20.589.982, manifiesto que he revisado en su totalidad la versión definitiva de los ejemplares de este trabajo y certifico que se le incorporaron las observaciones y modificaciones indicadas por el jurado evaluador durante la discusión del mismo.

En Caracas a los 08 días del mes de Octubre del año 2015



Norelkis Riera
C. I. 10.626.769



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE EDUCACIÓN



Formación para la Comunicación Digital en las Organizaciones
Caso: Procuraduría General de la República

Autora: Anays Useche

Tutora: Norelkis Riera

Fecha: Septiembre 2015

RESUMEN

La comunicación como proceso es de vital importancia para el desarrollo de las actividades y el normal funcionamiento de las organizaciones. En este sentido, recibir y transmitir información de manera oportuna y adecuada amerita la eficiencia y eficacia. Hoy en día con el advenimiento de las TIC, el proceso es cada vez más rápido, eficaz y con mayor capacidad de penetración debido al uso de las herramientas tecnológicas, como internet, redes sociales, entre otros. La presente investigación tuvo como finalidad diseñar un taller de Comunicación Digital dirigido a los empleados de la Procuraduría General de la República a fin de capitalizar los beneficios de la comunicación digital al logro de los objetivos y metas de la institución. El mismo tuvo como objetivo general analizar la comunicación digital como área de formación para el personal administrativo de la Procuraduría General de la República, a su vez sus objetivos específicos fueron: Diagnosticar cómo se establece la comunicación digital en la Procuraduría General de la República. Diseñar una propuesta de formación para la comunicación digital entre el personal administrativo de la Procuraduría General de la República y Evaluar la propuesta de formación para la comunicación digital entre el personal administrativo de la Procuraduría General de la República. Dicho trabajo se desarrolló bajo la modalidad de proyecto factible, enmarcada en un diseño de campo y de nivel descriptivo. Se utilizó una muestra de treinta (30) empleados a los que se lo aplicó el instrumento de recolección de datos (cuestionarios) que constó de veintinueve (29) preguntas. De acuerdo a los resultados obtenidos se concluyó que los empleados tienen suficiente conocimiento sobre los instrumentos tecnológicos y sus explicaciones, pero no lo utilizan adecuadamente en concordancia con los objetivos de la institución, además reconocen la importancia del proceso y están de acuerdo en recibir el taller. Por lo tanto, de acuerdo a las especificaciones y fases del modelo de Polo (2010) para el desarrollo de diseños instruccionales en ambiente web, se diseñó el taller de comunicación digital, el cual fue instrumentado en una propuesta acorde a lo anteriormente señalado.

Palabras Claves: Formación, Comunicación Digital, Organización.



CENTRAL UNIVERSITY OF VENEZUELA
FACULTY OF HUMANITIES AND EDUCATION
SCHOOL OF EDUCATION



Training for Digital Communication in Organizations
Case: Attorney General of the Republic

Author: Anays Useche

Tutor: Norelkis Riera

Date: September 2015

ABSTRACT

Communication as a process is of vital importance for the development of activities and the normal functioning of organizations. In this sense, receive and impart information in a timely and appropriate manner warrants efficiency and effectiveness. Today with the advent of ICT, the process is getting faster, more efficient and more capable of penetration due to the use of technological tools such as the Internet, social networks, among others. This research aimed to design a Digital Communication workshop aimed at employees of the Attorney General's Office in order to capitalize on the benefits of digital communication to achieve the objectives and goals of the institution. The same general objective was to analyze the digital communication and training area for the administrative staff of the Attorney General's Office, in turn specific objectives were: Diagnose how digital communication is established in the Attorney General's Office. Designing a training proposal for digital communication between the administrative staff of the Attorney General's Office and evaluate the proposed training for digital communication between the administrative staff of the Attorney General's Office. This work was developed under the modality of feasible project, framed in a field design and descriptive level. A sample of thirty (30) employees that it applied the data collection instrument (questionnaire), which consisted of twenty (29) questions was used. According to the results it was concluded that employees have sufficient knowledge of technological tools and their explanations, but do not use it properly in accordance with the objectives of the institution, and recognize the importance of the process and agree to receive the workshop. Therefore, according to the specifications and phases of the Polo model (2010) for the development of instructional designs in web environment, the factory of digital communication, which was implemented in a proposal according to the above mentioned was designed.

Keywords: Training, Digital Communication Organization

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

Agradezco y dedico mi trabajo de grado, en primer lugar a Dios nuestro señor, a mi vallita que siempre me ha guiado, la memoria de mi querida madre que mediante su ejemplo y principios de vida, he llegado a ser quien soy, a mi amado padre que con su sabiduría y valores me ha implementado y ayudado a levantarme cada día para luchar a ser una mujer de bien y profesional, seguiré su ejemplo de lucha cada día de mi vida.

En fin, gracias a todas las personas incluyendo a mis familiares, amigos y profesores, que de una u otra forma me ayudaron a cumplir esta gran meta alcanzada.

Gracias totales.

ÍNDICE

Contenido	Páginas
Índice de tablas	IV
Índice de gráficos	V
Introducción	1
Capítulo I: El Problema	4
Planteamiento del Problema	4
Interrogantes	9
Justificación de la Investigación	10
Objetivos	12
Objetivo General	12
Objetivos Específicos	12
Capítulo II: Marco Teórico	13
Antecedentes	13
Bases Teóricas	15
Marco Referencial de la empresa	44
Marco Legal	45
Capítulo III: Marco Metodológico	53
Modalidad de la Investigación	53
Diseño de la investigación	54
Nivel de la Investigación	54
Alcance	55
Población	55
Muestra	56
Técnicas e instrumentos de recolección de datos	58
Validación del Instrumento	60

Análisis de la validación de la propuesta	61
Técnicas y herramientas de procesamiento y análisis de datos	61
Fases del proceso de investigación	61
Operacionalización de las variables	64
Capítulo IV: Análisis de resultados	66
Análisis General de los resultados	119
Capítulo V: La Propuesta	121
Diseño instruccional del taller	121
Objetivos del Taller (General y Específicos)	122
Contenido del taller	123
Conductas de entrada	124
Competencias	125
Modelo andragógico	125
Estrategias Didácticas	126
Planificación del taller	129
Capítulo VI: Conclusiones y Recomendaciones	131
Conclusiones	131
Recomendaciones	133
Referencias	135
Apéndice	145
Anexo 1. El Cuestionario	147
Anexo 2: Instrumento de validación del cuestionario	154
Anexo 3: Instrumento de validación de la propuesta	159
Anexo 4: Organigrama de la institución	163

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla	Páginas
Principios constitutivos de las aplicaciones web 2.0	27
Clima Organizacional	37
Muestra detallada por gerencia	57
Operacionalización de las variables	64

ÍNDICE DE GRÁFICOS

N° de Gráfico	Páginas
Tipo de comunicación utiliza en su área laboral	66
Tipo de comunicación utilizan entre departamentos y/o coordinaciones en la organización	68
¿Cómo considera usted que maneja navegadores de internet?	70
¿Cómo considera usted que maneja las redes sociales (twitter, facebook, instagram...)?	71
¿Cómo considera usted que maneja herramientas ofimáticas (procesador de texto, calculo, presentaciones)?	72
¿Cómo considera usted que maneja buscadores de internet?	74
¿Cómo considera usted que maneja el correo electrónico?	76
¿Cómo considera usted que maneja herramientas de publicación y generación de información (blog)?	78
¿Cómo considera usted que maneja la mensajería instantánea (chat)?	80
¿Cómo es la comunicación digital en tu área de trabajo?	82
¿Cómo es la comunicación analógica en tu área de trabajo?	84
¿Cómo es la comunicación personal en tu área de trabajo?	86
Nivel de eficacia en la comunicación laboral	88
El nivel de claridad y precisión en la comunicación laboral	90
¿Dentro de su área de trabajo la comunicación se presenta de manera analógica?	92
¿Dentro de su área de trabajo la comunicación se presenta de manera digital?	94
¿En su área de trabajo se lleva una comunicación digital efectiva?	96
¿En su área de trabajo se lleva una comunicación analógica efectiva?	97

¿En su área de trabajo se lleva una comunicación personal efectiva?	98
¿Dentro de tu área de trabajo las comunicaciones escritas a través de medios físicos (memorando y oficios de otras instituciones) llegan de manera rápida y eficaz (0-2 días de ser emitidos)?	99
¿Dentro de tu área de trabajo las comunicaciones escritas a través de medios digitales (memorando y oficios de otras instituciones) llegan de manera rápida y eficaz (0-2 días de ser emitidos)?	101
¿Si existiera en su totalidad la comunicación digital dentro de la Procuraduría General de la República crees que se llevará eficientemente la comunicación?	103
¿Cree usted que la comunicación digital sea útil para la disminución de tiempos de espera y aumento de productividad en la organización?	105
¿Cree usted que la formación en Comunicación Digital originará ventajas en la organización?	107
¿Usted como empleado de la Institución recibió alguna vez formación acreditada (taller, foro, curso, charla, conferencia, entre otros...) sobre la comunicación digital?	109
¿Le gustaría tener formación sobre la comunicación digital y sus ventajas?	111
¿Qué tipo de formación acreditada recibió?	113
¿En qué área recibió formación?	115
¿En qué área le gustaría recibir formación?	117

INTRODUCCIÓN

Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) actualmente se han convertido en un eje transversal en la vida cotidiana, en los procesos organizacionales y educacionales, bautizándose como una herramienta básica en el desarrollo de los mismos e introduciendo continuas innovaciones orientadas a mejorar la eficacia, la eficiencia y la productividad de manera permanente y continua.

Uno de los procesos en que más ha influido las TIC es el de la comunicación, debido a que los avances tecnológicos como internet, mensajería instantánea, correo electrónico y el uso de las herramientas ofimáticas han contribuido de una u otra manera a mejorar y actualizar dicho proceso, igualmente a precisar la fluidez de la información en todos los sentidos (vertical y horizontal), asimismo por su capacidad de rapidez y penetración se ha logrado optimizar de manera más efectiva la comunicación, además de facilitar la capacidad de almacenamiento y resguardo de la información.

Es de hacer notar, que actualmente la comunicación digital en ningún momento sustituye las comunicaciones personales y analógicas, sino que se convierte en un complemento idóneo destinado a reforzar el proceso de manera integral, con el objetivo de que la información fluya de manera adecuada y permanente en las organizaciones.

Por otro lado, en la Procuraduría General de la República, organismo que es el objeto de estudio de la presente investigación, tiene como objetivo principal defender el patrimonio del estado tanto a nivel nacional como internacional, por lo tanto para poder cumplir su principal objetivo un requisito

indispensable es tener un modelo comunicacional adecuado y actualizado a la globalización y a la sociedad del conocimiento.

En este orden de ideas, adecuar la comunicación digital con sus diferentes herramientas tecnológicas a la organización requiere de un proceso de formación que permiten focalizar los conocimientos dispersos entre los empleados a un enfoque integrado en base a la misión, visión y objetivos de la organización.

De acuerdo a lo anteriormente expresado, la presente investigación tiene como objetivo general analizar la Comunicación Digital como área de formación para el personal administrativo de la Procuraduría General de la República, para lograr dicho objetivo se desarrolló un proceso de investigación sistemático de acuerdo a los lineamientos y normas que rigen estos procesos. La estructura del estudio del trabajo, quedó de la siguiente manera:

Capítulo I. Denominado el problema, en el que se desarrollan los siguientes puntos: Planteamiento del problema, interrogantes de la investigación, justificación de la misma y objetivo general y específicos

Capítulo II. Marco teórico, en el que se desarrollan los antecedentes de la investigación, bases teóricas y el marco legal

Capítulo III. Marco Metodológico, se despliega de la siguiente manera, modalidad, diseño, nivel, alcance, población y muestra de la investigación, técnicas e Instrumentos de recolección de datos, posteriormente la validación del Instrumento, las técnicas y herramientas de procesamiento y análisis de datos y por último las fases del Proceso de Investigación

Capítulo IV. En este capítulo se analizan todos los resultados de las preguntas colocadas en el instrumento de recolección de datos, vale destacar que dichas preguntas fueron veintinueve (29) en total, donde cada una de ellas están relacionadas netamente con el proceso de investigación.

Capítulo V. La propuesta planteada, en la cual se formula la organización de un taller de comunicación digital, para implementar en la Procuraduría General de la República.

Capítulo VI: Conclusiones y recomendaciones de la investigación

1.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La comunicación en las organizaciones es una de las herramientas claves que contribuye a la productividad que se desea en la empresa, esto se alcanza cuando el personal que labora en la institución está comprometido, y de esta manera se involucran en el procedimiento de la misma; todo este proceso conlleva a un buen flujo de comunicación y como consecuencia a la productividad adecuada. Andrade (2005) afirma que la comunicación interna es la manera en que se crea y mantienen las buenas relaciones entre los empleados, ya que a través del uso de distintos medios de comunicación el personal estará más informado e integrado con la organización y esto contribuye al logro de los objetivos de dicha institución.

Desde aproximadamente el siglo XX distintos autores como Goldhaber (1984), Yepes (2006), Muñiz (2012), Ayón (2006), entre otros, trabajan la comunicación organizacional y lo que esto influye en la productividad de las instituciones, Goldhaber (1984) explica que ésta es la marea de las relaciones internas, para lograr entablar una comunicación eficaz entre todos los individuos que laboran en la organización. Es por ello que una buena comunicación organizacional es la que determina el ambiente de trabajo, de apoyo, profesionalismo, escucha y compromiso.

“Muchas empresas ignoran que para ser competitivas y enfrentarse con éxito al cambio al que le empuja inexorablemente el mercado, han de saber motivar a su equipo humano, retener a los mejores, inculcarles una verdadera cultura corporativa para que se sientan identificados y sean fieles a la organización. Y es precisamente aquí donde la comunicación interna se convierte en una herramienta estratégica clave para dar respuesta a esas necesidades y potenciar el sentimiento de pertenencia de los empleados a la compañía”. (Muñiz, 2012)

Igualmente este autor menciona la importancia de mantener a los empleados al tanto de las situaciones que se presentan en la

organización, pues esto genera el sentido de pertenencia y el buen resultado del trabajo.

“Para aumentar la eficacia del equipo humano, verdadero artífice de los resultados, ha de sentirse a gusto e integrado dentro de su organización y esto sólo es posible si los trabajadores están informados, conocen los diferentes entramados de la compañía, su misión, su filosofía, sus valores, su estrategia, se sienten parte de ella y, por consiguiente, están dispuestos a dar todo de sí mismos. Además, no debemos olvidar que la comunicación interna ayuda a reducir la incertidumbre y a prevenir el temido rumor, un elemento muy peligroso para las compañías.” (Muñiz, 2012)

A medida que va pasando el tiempo la comunicación va evolucionando poco a poco, hace años atrás las herramientas digitales no eran manejadas por todo el personal de las instituciones, eran manejadas solo por el personal que laboraba en el Departamento de Informática, el acceso a internet era muy limitado y los empleados estaban renuentes a las computadoras y por consiguiente, el manejo de dichas herramientas digitales no era una necesidad en la institución como lo es en los actuales momentos, ya que va de la mano con el avance en la sociedad día a día.

Uno de los cambios más avanzados y dinámicos es la tecnología y todo lo que esta trata, pues cada vez estas herramientas nos trae más técnicas a utilizar para mejorar la manera de comunicarnos Carrillo (2006) comenta que las nuevas tecnologías han sublevado el universo, ya que diariamente nace una cantidad de actividades, en la que la mayoría de las veces se debería utilizar el apoyo informático, que generan distintas situaciones. No es un secreto para nadie que gracias a la tecnología y el internet las personas se pueden comunicar de manera más eficaz y rápida con las personas que deseen. Se puede visualizar fácilmente cómo el correo electrónico -por citar un ejemplo- ha reducido notablemente el número de memorandos, cartas, reuniones y hasta llamadas telefónicas, esta

herramienta es utilizada para una rápida circulación interna de la información, la relación entre los miembros del equipo y la integración en el área productiva y no productiva.

Yepes (2006) afirma que,

“Las tecnologías de la información contribuyen enormemente a que las industrias alcancen un espacio apropiado dentro de un marco de competitividad mundial logrando la descodificación de signos e interpretación de textos y la expresión organizada hacia otras personas en función del propio poder.” Yepes (2006)

Los medios digitales han marcado de tal manera las comunicaciones internas de las empresas que ya se invierte mucho más en una computadora que en una sala de conferencias.

La productividad que genera el personal de una organización va de la mano con el apoyo que se evidencie dentro de la misma para con los empleados, uno de los autores que afirma esta posición es, Giovannone (2011) el cual plantea que

“Un empleado que se siente complacido con su trabajo y con todas las satisfacciones de diversa índole que el mismo le reporte, estará más compenetrado con la organización y por lo tanto producirá como si lo estuviese haciendo para su total beneficio.”.

Como se puede observar con los distintos autores que se mencionan anteriormente como Muñiz y Goldhaber, es la clave de una buena comunicación en cualquier organización, sobre todo en las organizaciones que son magnas. Tanto a nivel mundial como en Venezuela existen distintas compañías de diferentes ramas tanto privadas como públicas, que tienen problemas de comunicación con el personal, una de ellas que es la que se tomará como estudio para este trabajo es, la Procuraduría General de la República Bolivariana de Venezuela la cual se trata de un ente público que

vela por los intereses patrimoniales de la nación. La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela en su artículo 247 informa lo siguiente:

Artículo 247. La Procuraduría General de la República asesora, defiende y representa judicial y extrajudicialmente los intereses patrimoniales de la República y será consultada para la aprobación de los contratos de interés público nacional.

La ley orgánica determinará su organización, competencia y funcionamiento.

Esta organización está constituida por un total de cuatrocientos veinte y cuatro (424) empleados activos quienes desempeñan distintas tareas dentro de la organización, a pesar de que es una empresa netamente gubernamental incluye áreas administrativas, ya que tiene distintas competencias. De los cuales ciento cincuenta y dos (152) empleados que están especializados en Derecho y los doscientas setenta y dos (272) restantes están especializados en áreas distintas.

El Reglamento Interno de la Procuraduría General de la República establece en su artículo número 2 su organización conforme a las unidades, situadas jerárquicamente (organigrama anexo n°3), ubicado el Despacho del Procurador General en el escalafón más alto de la pirámide, siguiendo el Despacho del Viceprocurador, luego la Coordinación del Despacho, en el siguiente escalafón se encuentran las siguientes gerencias: Asesoría Jurídica, Litigio, Administración, Recursos Humanos, Tecnología, entre otros.

Al darles un pequeño prólogo de lo que se gestiona en la Procuraduría General de la República, se puede observar que es una organización como cualquier otra que requiere una comunicación fluida y eficiente, pues para que pueda llevarse a cabo las distintas competencias que mencionamos anteriormente, debe existir un buen flujo de comunicación y motivación entre

los empleados de dicha institución, debido a que representa a nuestro país en situaciones judiciales a nivel nacional e internacional.

Dentro de la organización la cual se hace referencia surge una problemática muy definida, pues luego de haber observado de forma participante, distintos departamentos y coordinaciones de la institución, se pudo constatar que al parecer existen debilidades organizativas y administrativas en la transmisión de información originada por fallas en el proceso de comunicación que afecta negativamente el funcionamiento de la misma, pues bien de una coordinación a otra pueden tardar comunicaciones emitidas desde un día completo a dos, igualmente la correspondencia que llega de organismos externos pueden tardar aproximadamente una semana en dirigirse desde la coordinación de correspondencia al departamento correspondiente, sin ver relevante la urgencia que este pueda llegar a ser.

Vale destacar que el problema que se genera dentro de la institución afecta todo el proceso laboral y el clima organizacional, en el sentido de que la comunicación es un eje transversal en su funcionamiento que puede afectar cualquier otra actividad de la organización, ya que de una comunicación se generan distintas funciones para los empleados y como bien se sabe el retraso de una función de cualquier trabajador afecta hasta la máxima autoridad, pues el trabajo debe fluir desde todos los ámbitos.

Lo que se quiere articular principalmente en este trabajo de investigación es la comunicación asertiva de los trabajadores entre coordinaciones y gerencias, pero a través de las herramientas digitales que ofrece la tecnología, dejando atrás el papel como herramienta de comunicación, sino motivando el avance digital que ha llegado de forma significativa a las organizaciones, se quieren crear lineamientos para una comunicación digital dentro de las organizaciones, para así comprobar la

efectividad de esas herramientas en las comunicaciones internas y los principales usos como la mensajería instantánea, intranet, blogs, video conferencias- por citar algunos, ya que se piensa que mediante el uso de los mismos es más efectiva la productividad que desea la organización, debido a que el tiempo de respuesta será rápido en cada caso.

Ante la problemática planteada, surgen las siguientes interrogantes:

1. ¿Cómo se establece la comunicación digital en la Procuraduría General de la República?
2. ¿Cuál es la formación existente en comunicación digital dentro de la Procuraduría General de la República?
3. ¿Qué fallas de comunicación se evidencia entre gerencias y coordinaciones dentro de la institución?
4. ¿Cómo diseñar una propuesta de formación en comunicación digital efectiva dentro de la Procuraduría General de la República?

Estas interrogantes son las que se plantean y responden mediante esta investigación, ya que se generará indudablemente una mejora a la problemática planteada en la Procuraduría General de la República, pues la comunicación se quiere cada vez más eficaz para mejorar la productividad, y que mejor manera que empleando la comunicación digital en las organizaciones, ya sea con blogs, revistas digitales o distintas campañas que se pueden explotar; y que los distintos empleados puedan interactuar para que fluya el trabajo y el buen ambiente laboral en toda la organización.

1.2.- Justificación de la Investigación

La presente investigación tiene la finalidad de ofrecer una propuesta para la mejora de la comunicación del personal que labora en la Procuraduría General de la República, radica su importancia en que dicho proceso recorre todos los niveles de la organización, su uso es primordial para que la información llegue a todas las áreas de manera eficaz.

La comunicación en las organizaciones es una de las bases principales para que se logre el trabajo de la manera más eficaz, incluso J. Sánchez (2012) comenta que la misma dentro de las organizaciones sirve para involucrar al personal mediante los procesos de cambio que vive la organización, y esto conlleva a la buena relación de los empleados.

“Está comprobado que nueve de cada diez problemas entre las personas son el resultado de una mala comunicación. Son tan fuertes los poderes de la comunicación que pueden dar como resultado la larga o corta existencia de una empresa. Es tal su influencia que además de ayudar a lograr los objetivos planteados al inicio de un proyecto, también se puede lograr que se formen lazos con otras organizaciones, socios, clientes, proveedores, etc., para acrecentar la productividad de la organización.” R. Ayón (2006)

La importancia de este proyecto, es contribuir a la mejora de la producción laboral en la organización, pues como se mencionó anteriormente la base primordial de una producción eficaz y efectiva en una organización es la buena comunicación en todos los ámbitos de la empresa. A donde se quiere llegar, es a la manera de comunicarse en la institución, al retraso que genera esperar que llegue una comunicación de un departamento a otro para realizar distintas tareas laborales, esta situación puede mejorar con lineamientos para la formación de comunicación digital.

Asimismo se pretende ayudar o contribuir de una u otra forma con el desarrollo sostenible, a la ecología del planeta, ya que este trabajo de investigación trata de priorizar la comunicación vía digital evitando el uso excesivo y no tan necesario del papel, ya que el generar comunicaciones de manera física implica un uso inadecuado e innecesario del mismo, debido a que dichas comunicaciones cuentan con una serie de correcciones y procesos que conllevan al malgasto innecesario de este importante recurso.

Igualmente se pretende realizar un trabajo que aporte a la Escuela de Educación de la Universidad Central de Venezuela, innovando nuevos temas y proyectos para la carrera de Educación, desarrollando un estudio que no se ha trabajado, por lo que se presta para nuevas áreas de aprendizaje y gestión del talento humano de una organización. Además, la solución que se busca para la falla de comunicación dentro de la Procuraduría General de la República también es base para la elaboración del trabajo de grado, pues esto va de la mano con formar a los empleados en este ámbito de la evolución tecnológica.

1.3.-Objetivos

Objetivo General

- Analizar la Comunicación Digital como área de formación para el personal administrativo de la Procuraduría General de la República.

Objetivos Específicos

- Diagnosticar cómo se establece la comunicación digital en la Procuraduría General de la República.
- Diseñar una propuesta de formación para la comunicación digital entre el personal administrativo de la Procuraduría General de la República.
- Evaluar de manera formativa la propuesta de formación para la comunicación digital entre el personal administrativo de la Procuraduría General de la República.

2.- MARCO TEÓRICO

2.1.- Antecedentes

Para el presente trabajo de investigación se tomaron como guías diferentes estudios y trabajos de grado similares al tema *in commento*, pues dieron un apoyo fundamental a la realización del mismo.

-Marrero (2010) Universidad Central de Venezuela, Trabajo Especial de Grado presentado como requisito parcial para optar al título de Licenciado en Comunicación Social, titulado Los Medios Digitales en las Comunicaciones Internas de las Organizaciones. Su objetivo general es identificar la influencia de los medios digitales en las comunicaciones internas de las organizaciones.

Esta investigación está relacionada con la inclusión de los medios digitales en las organizaciones y lo que esto influye en la productividad de la misma, es una investigación descriptiva, la muestra fue realizada en Caracas, Venezuela tomando seis (6) empresas como muestra, como resultado se puede observar que en cuanto a la comprensión del mensaje, la accesibilidad al medio y la oportunidad del mensaje los medios digitales son considerados de bastante a totalmente efectivos, igualmente colocan en los resultados El avance de los medios digitales ante los tradicionales ha sido debido a su desarrollo tecnológico, con el que ha logrado aportar beneficios considerables al ser más rápidos, económicos, fáciles de usar.

Este trabajo de investigación tiene una gran vinculación con el presente trabajo a desarrollarse pues éste demuestra mediante el estudio la vinculación que existe entre la tecnología y la manera de comunicarse entre empleados de distintas empresas, y el presente trabajo pretende mostrar la motivación que puede llegar a tener el empleado a verse actualizado digitalmente tanto en el trabajo como en la vida cotidiana.

-Gómez (2007) Universidad Católica Andrés Bello, Trabajo de Grado para optar el título de Relaciones Industriales, titulado Estrategias de Comunicación Organizacional: Estudio de 4 casos. Su objetivo general es Identificar qué elementos debe contemplar una estrategia de comunicación organizacional cuando se tramiten políticas y prácticas de recursos humanos.

Es una investigación de tipo descriptiva donde se busca observar las estrategias de comunicación en las empresas cuando se emplean las políticas y prácticas de recursos humanos, en este trabajo de grado trabajan los diferentes tipos de comunicación escrita estudiando el caso de las tecnológicas, las cuales arrojan buenos resultados para reforzar las políticas de comunicación interna.

De acá la relación que tiene este trabajo con la investigación a realizarse, ya que se pretende demostrar la mejora de productividad y flujo de la información dentro de la organización de manera más rápida y eficaz mediante la tecnología.

-García. (2002). Universidad Católica Andrés Bello. Título a optar, Especialista en Comunicación Social, trabajo especial de grado titulado: Aprovechamiento de las Nuevas Tecnologías Informativas en los Programas de Comunicaciones Internas. Su objetivo General es describir las nuevas tecnologías de la información y los canales de comunicación electrónica empleado en las organizaciones para captar, transformar estructurar y transmitir los datos generados dentro de su ambiente.

Es un trabajo de tipo documental, el cual trata de recabar información de distintos autores que hablan sobre el tema para constatar la inclusión de la tecnología en las comunicaciones internas de las organizaciones, como

resultado obtuvo que la combinación de organización y las tecnologías de la comunicación e información han traído buenos resultados en el plano económico y social, pues la creación de estas herramientas conllevan a la mejora del comportamiento de los comunicadores. A su vez crea grupos de trabajo, donde cada uno intercambia información con la intención de obtener un enlace cultural entre los miembros de la organización, y procurar que la gestión informativa y de conocimiento llegue a la mayor cantidad de individuos posibles.

El enlace que se puede observar de este trabajo de grado con el que se llevará a cabo en esta investigación, es el factor positivo que puede llevar la tecnología como medio de comunicación en una organización, pues esto crea un ambiente fresco y actualizado para el empleado, que hace la mejora de la productividad tanto individual como organizacional, pues involucrar distintas herramientas digitales traen consigo la mejora de la comunicación interna de la institución.

2.2. Bases Teóricas

Comunicación

Para el Diccionario de la Real Academia Española (2014) comunicar significa, transmitir señales mediante un código común al emisor y al receptor, igualmente lo define como hacer a otro partícipe de lo que uno tiene, el comunicarse es la esencia del ser humanos, pues es a raíz de esto que el ser encuentra puntos en común y/o semejanzas con otras personas, igualmente de esta manera es que se comparte ya sean experiencias, emociones o distintas informaciones, que el sujeto comparte con otros.

Para los autores Miranda, González, Morales (2010)

“...la acción de comunicar para que sea efectiva debe reunir a los actores del proceso en un objetivo común y terminar con una acción relacionada con ese objetivo. De ahí la importancia que tiene que el comunicante (emisor o fuente del mensaje) tenga la habilidad necesaria para motivar el compromiso y la acción del comunicado (receptor del mensaje).” Miranda, González, Morales (2010)

Como se puede observar la comunicación es de suma importancia entre individuos, pues de esta manera se pueden ver los temas en común que se desean compartir, es por ello que para que fluya de una manera positiva la comunicación, existe el tipo de comunicación efectiva la cual se define de la siguiente manera:

La Comunicación efectiva

Moreno (2009) comenta que la comunicación efectiva debe integrar al elemento humano y propiciar su interacción de una manera coordinada dentro de una organización.

Se puede considerar que una comunicación es efectiva cuando existe coherencia entre el lenguaje corporal y el verbal escogiendo el momento, las palabras y la actitud apropiada. Llacuna & Pujol (2008)

Incluso estos autores definen una serie de requisitos que se deben presentar para tener una comunicación efectiva adecuada, son los siguientes:

- Claridad: la comunicación debe ser clara, para ello el lenguaje en que se exprese y la manera de transmitirla, deben ser accesibles para quien va dirigida.

- Integridad: la comunicación debe servir como lazo integrador entre los miembros de la empresa, para lograr el mantenimiento de la cooperación necesaria para la realización de objetivos.
- Aprovechamiento de la organización informal: la comunicación es más efectiva cuando la administración utiliza la organización informal para suplir canales de información formal.
- Equilibrio: todo plan de acción administrativo debe acompañarse del plan de comunicación para quienes resulten afectados.
- Moderación: la comunicación ha de ser la estrictamente necesaria y lo más concisa posible, ya que el exceso de información puede ocasionar burocracia e ineficiencia.
- Difusión: preferentemente toda la comunicación formal de la empresa debe efectuarse por escrito y pasar solo a través de los canales estrictamente necesarios, evitando papeleo innecesario.
- Evaluación: los sistemas y canales de comunicación deben revisarse y perfeccionarse periódicamente. Llacuna& Pujol (2008)

Es importante destacar, que al igual que debe surgir una comunicación efectiva en el día a día de los individuos es prioritario que exista una comunicación eficaz dentro de una estructura organizacional, es por ello que un tema que no se puede omitir en este trabajo de investigación es la comunicación interna dentro de una institución, pues la misma representa el proceso de interacción que permite informar a todos los empleados de manera clara, oportuna y precisa el funcionamiento, actividades, cambios y otros procesos que puedan darse en la institución.

Comunicaciones Internas en las Organizaciones

Para Andrade (2005) la comunicación organizacional es "...el conjunto total de mensajes que se intercambian entre categorías, dependiendo del público al que se dirija el esfuerzo comunicativo..."

Uno de las categorías que este autor enfatiza en su libro es la Comunicación interna, la cual define como:

“conjunto de actividades efectuados por la organización para la creación mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales”. Andrade (2005)

Entre los tipos de comunicaciones que se realizan están la oral y escrita. La comunicación oral es la principal manera de comunicarse ya que es más rápida y conlleva a la retroalimentación, así lo menciona Robbins (2004) en su libro comportamiento organizacional 10ma edición., quien igualmente afirma que la desventaja es que el mensaje debe pasar por distintas personas y es modificado. En la comunicación escrita este autor afirma que este tipo de comunicación en las organizaciones es efectiva, pues es tangible y verificable, igualmente se puede guardar de manera indefinida y tras alguna duda sobre la misma puede mostrarlo como referencia, además menciona otro beneficio en este tipo de comunicación el cual es el cuidado que se tiene al redactar el escrito a diferencia de la oral. La desventaja de esta comunicación es la falta de retroalimentación y el consumo de tiempo que esta pueda generar.

En el libro del grupo Noriega Editores (2007)- comentan la importancia de la comunicación dentro de las organizaciones, pues afirman que la esta tiene una función integradora, la cual consiste en que la transmisión adecuada de mensajes e ideas debe ayudar a relacionar las actividades de los trabajadores para que se complementen los esfuerzos de los mismos.

Igualmente este grupo editorial afirma la forma en que debe estar direccionada la comunicación, pues ésta no solo debe ser de forma vertical, sino que debe incluir la comunicación horizontal, es decir tanto de jefes-empleados como de empleado-empleado, para que pueda surgir de manera eficiente la información que se desea transmitir.

Para García (1998) la comunicación interna es "...la energía del sistema, solo definible como toda energía, con todos sus efectos..."

Existen varios tipos de comunicación que se presentan en el día a día, tanto de manera formal como informal, a continuación se exponen los mismos:

La Comunicación Analógica

De acuerdo a Mendoza (2006):

La comunicación es analógica, si el mensaje se presenta mediante formas naturales, espontáneas, relativamente universales y altamente significativas, incluso entre diferentes especies y grupos culturales (gestos, posturas, tacto, entonación) o icónicas algo más compleja que las anteriores (imágenes, dibujos, figurativos), muy contextualizadas (cartel de caballeros y señoras en un baño).

Asimismo Rulicki (2011) señala:

"Los mensajes analógicos, canalizados a través de los actos no verbales, no se comprenden en función de reglas tan claras como las del lenguaje hablados y escritos, sino que se interpretan teniendo en cuenta su semejanza con aquello que denotan y en función del contexto en que se presentan"

La Comunicación Interpersonal

Dolores (1993) expone lo siguiente:

"La comunicación interpersonal es la forma de comunicación fundamental porque la atribución de sentido y la co-construcción de significados se realiza, en última instancia, en los marcos de la vida cotidiana y en presencia del emisor, receptos."

Es de hacer notar que la comunicación interpersonal constituye la vía más rápida y expedita para la exposición de motivos e ideas y logra captar la atención de los receptores. Asimismo tiene la ventaja de que la respuesta es inmediata y el feedback es continuo, las críticas, objeciones y otros se hacen

in situ permitiendo el desarrollo de ideas y la discusión de los casos de manera multidisciplinarias.

La Comunicación Digital

Ruiz (2009) comenta en su libro llamado “Comunicación Virtual: elementos y dinámicas” que la comunicación digital sugiere abordar dos dimensiones, las cuales son: elementos y dinámicas, donde define los elementos en el internet como “...todos los componentes que intervienen en el proceso de comunicar...” igualmente define dinámica como “la manera en que dichos elementos se relacionan”.

Pues estas dos dimensiones como lo sugiere Ruiz (2009), es lo que le da forma a la comunicación digital como un factor primordial en la época en que vivimos, es por ello que la comunicación digital ha avanzado de manera significativa a lo largo de los años, pues es increíble el cambio que se ve de la manera de comunicarse unos cuantos años atrás como lo hacemos ahora, Yepes (2006) en su artículo llamado “Apuntes sobre la comunicación digital” publicado en la Revista digital Redalyc comenta la evolución que ha tenido la comunicación, incluso determina la comunicación como una necesidad de los seres humanos

“...pues la mayor parte del tiempo enviamos y recibimos mensajes, poder interactuar con los demás es la manifestación concreta del ser, es la expresión máxima de lo que se siente, se percibe y se piensa”
Yepes (2006)

Igualmente este autor define una serie de aspectos positivos que tienen los sistemas de información digital, los cuales son: ...”la inmediatez y la versatilidad para solucionar problemas en tiempo real sin necesidad de desplazamiento; asimismo, otorgan eficiencia a los procesos productivos y de aprendizaje y fortalecen las relaciones sociales de las empresas.”.

Si pasamos a la comunicación digital dentro de una organización, Sánchez (2012) en su libro Nuevas tendencias de comunicación, en el Capítulo 6, comenta que la comunicación digital dentro de las organizaciones es un gran desafío para el experto en comunicaciones internas, pues debe incorporar las nuevas herramientas que proporciona la era digital con la manera de pensar, actuar y sentir de los empleados.

“Las tecnologías de la información contribuyen enormemente a que las industrias alcancen un espacio apropiado dentro de un marco de competitividad mundial logrando la descodificación de signos e interpretación de textos y la expresión organizada hacia otras personas en función del propio poder (entendido como capacidad de servir). Desde esta perspectiva “es necesario entonces la formación [integral] en comunicación digital para que así podamos de codificar la información, interpretarla mejor y participar de una manera más responsable y objetiva”. Yepes (2006)

Otro autor que habla de la comunicación digital pero utilizando el término “comunicación por computadoras” es Robbins (2004) quien comenta que en las organizaciones de hoy en día este tipo de comunicación se fortalece y enriquece mediante tecnología de computo como por ejemplo, enlaces de intranet y extranet, videoconferencias... Una de las más usadas es el correo electrónico según Robbins (2004) pues tiene diferentes beneficios como que se escriben, corrigen y guardan rápidamente y quedan almacenados para cualquier referencia que se necesite, es más enviar correos electrónicos evitan imprimir y es una manera de ahorrar papel. Si bien el correo electrónico es una manera de comunicarse la cual no posee carga emocional o también es poco impersonal, lo que se quiere en las organizaciones es comunicar las cosas formales y de manera profesional mediante este tipo de comunicación, aunque sin embargo, vale destacar que las últimas actualizaciones en la era de la comunicación digital se puede

expresar mediante al igual que con palabras con imágenes también llamadas emoticones cualquier tipo de sentimiento y afinidad que desee el emisor.

Existen también los enlaces de intranet y extranet, los cuales para Robbins (2004) son redes donde se comunican únicamente los empleados de la organización o en el caso de extranet con empleados internos o socios estratégicos los cuales son seleccionados para que puedan estar al tanto en esta comunicación.

Una de las cualidades de la comunicación digital, es la libertad que existe para la persona que interactúa en la misma, pues se puede expresar y suministrar información de distintas maneras, es por ello que igualmente existe lo que se llama la cultura dentro de la tecnología, pues de esta manera se define el tipo de aspectos que posea el individuo detrás de la pantalla.

Dentro de las organizaciones existen muchos tipos de comunicación, ya que, hay distintas formas de expresar necesidades, dependiendo de la premura y/o formalidad, este trabajo de grado se enfocó principalmente en la comunicación de manera digital, pues es aquí donde se pretende ver las cualidades y desventajas de la misma, para una mejor y rápida comunicación dentro de las organizaciones.

Asimismo, se debe aprovechar su accesibilidad y disponibilidad en beneficio de los diferentes procesos y actividades que se realizan en la organización, pues la misma utilizada adecuadamente permite ahorrar horas-hombre, agilizar procesos, economizar gastos en cuanto a materiales logísticos de oficina y priorizar la ecología.

Cultura digital

El diccionario de Oxford mantiene el término de cultura digital como la ciber cultura y menciona que son las condiciones sociales producidas por la cibernética y la informatización.

Para Cancino (2012) “la Cultura Digital es el estudio de los aspectos sociales, culturales, éticos y estéticos de la Tecnología de la Información y la Comunicación”.

Igualmente Garrell (2007) define la misma como “cultura de la sociedad de la información, entendemos aquellos hábitos, actitudes, y conocimientos subyacentes que son motor de impulso de la sociedad del conocimiento”.

Como se puede observar los distintos autores que tratan el tema de la cultura digital, están de acuerdo con que la misma tiene que ver con la manera de expresarse de los individuos que actúan en la red, ya sea por la manera de transmitir información y actitudes que posean en los portales digitales, Garrell (2007) en su artículo “la cultura digital: una experiencia local” define unas características que engloban la cultura digital, entre las cuales alguna de las que nombra en dicho artículo es el entorno en el que se desenvuelve el usuario, pues de esto depende la adopción de muchas actitudes que se desarrollan en su entorno social, otra de las características es la multiculturalidad, pues no todos los usuarios pertenecen al mismo entorno social, y por ende poseen culturas distintas y escenarios diferentes.

Ahora bien, si se direcciona la cultura digital dentro de una organización se debe establecer lineamientos a la hora de comunicarse,

pues se desea instaurar es una comunicación netamente profesional y laboral, para que de esta manera surja eficazmente el trabajo dentro de una organización, es por ello que la comunicación digital en una institución laboral debe estar bien clara y con lineamientos bien explícitos y concisos.

Las organizaciones y la comunicación digital

Cuando se enfoca a la Web 2.0 en las organizaciones Ruíz (2009) cita en su artículo de La Web 2.0 un nuevo entorno de aprendizaje que,

“Web 2.0 es una forma de entender Internet que, con la ayuda de nuevas herramientas y tecnologías de corte informático, promueve que la organización y el flujo de información dependan del comportamiento de las personas que acceden a ella, permitiéndose a estas no sólo un acceso mucho más fácil y centralizado a los contenidos, sino su propia participación tanto en la clasificación de los mismos como en su propia construcción, mediante herramientas cada vez más fáciles e intuitivas de usar.” Ruíz (2009)

Web 2.0

La web 2.0 es una transformación de la manera de como el usuario interactúa en la red Ruíz (2009) la define como “el cambio de rol del usuario de la Red, que pasa de ser un mero lector a lector-escritor”.

La web 2.0 comienza a manipularse aproximadamente en el año 2004 el cual lo operan como la inteligencia colectiva, pues aquí se pretende que todos los usuarios puedan participar involucrándose en la red, esto lo afirman los autores Cobo y Pardo (2007) en su libro “Planeta Web 2.0”, quienes señalan lo siguiente:

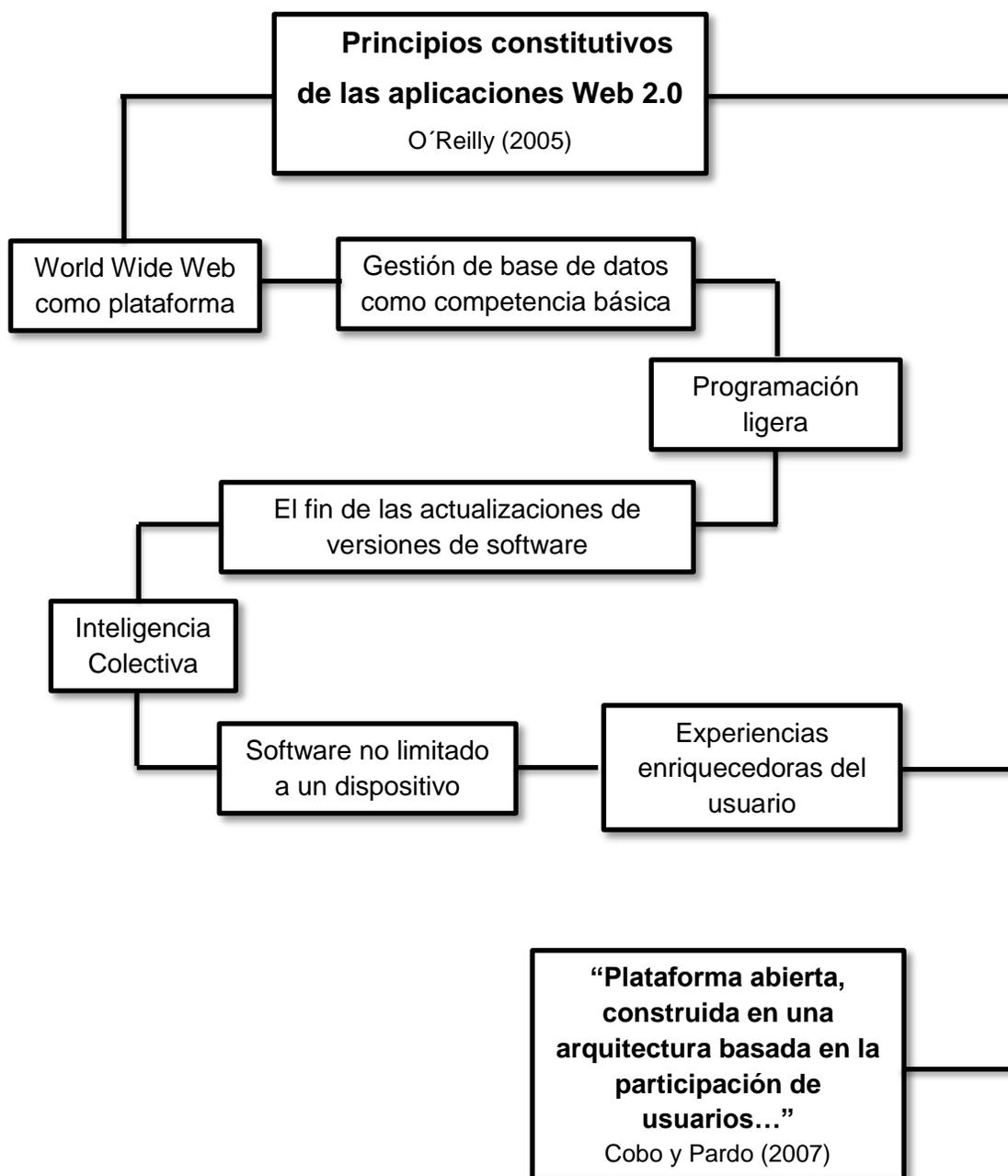
“...En esta nueva Web la red digital deja de ser una simple vidriera de contenidos multimedia para convertirse en una plataforma abierta, construida

sobre una arquitectura basada en la participación de los usuarios...” Cobo y Pardo (2007)

Existen siete (7) principios constitutivos de las aplicaciones Web 2.0, los cuales los define Cobo y Pardo (2007) citando en O`Reilly (2005) de la siguiente manera:

1. La World Wide Web como plataforma: normalmente las empresas de computadoras se regían por empresas exclusivas de software exclusivamente de paquetes con derechos de propiedad, para que los distintos programas que se quieran utilizar los compren a la empresa correspondiente. Es por ello que en la actualidad las empresas se rigen por el software libre, que por supuesto beneficia al usuario a navegar de una manera más independiente en la red, pues ya dichos programas no están en el computador del usuario sino en la misma Web.
2. Aprovechar la inteligencia colectiva: es la forma en que los usuarios navegan en la web, y en esta nueva era digital los mismos actúan de la manera que deseen y les convenga, es por ello que Wikipedia ha sido una de las aplicaciones más representativas de la era Web 2.0 ya que el usuario puede publicar su versión de algún tema, y otro usuario de igual manera lo puede corregir, siendo de esta manera todos los usuarios co-desarrolladores de una forma productiva para la plataforma en general, igualmente está basado en la arquitectura de la participación de la inteligencia colectiva de todos los navegadores,. Este tipo de plataforma es que no existe ningún tipo de filtro en la información, sino más bien los otros usuarios son quienes determinaran la viabilidad de la información publicada.

3. La gestión de la base de datos como competencia básica: la palabra clave de este principio es Infoware, la cual significa: software más datos, ya que lo más importante de estas aplicaciones web 2.0 son los datos, ya que el interés inicial de estos planes son la base de datos como competencia, es obtener una masa crítica de usuarios que produce a gran volumen datos.
4. . El fin del ciclo de las actualizaciones de versiones del software: uno de los principales principios afirma que se deja la compra de software y aplicaciones con derechos de autor, sino para el uso libre de los usuarios en la web y no en el propio computador. Pues esta es una ventaja que obtiene el usuario al poder obtener todo lo que desea mediante la web.
5. Modelo de programación ligera. búsqueda de simplicidad: De esto depende que las aplicaciones crezcan sin complicaciones para el desarrollador y así el usuario pueda ver lo que desea en la web a través de la sindicación y no de cuando el proveedor lo disponga. Estos modelos de programación ligera se enfatizan en reducir la complejidad.
6. El software no limitado a un solo dispositivo: la web 2.0 no solo se utiliza en las computadoras, sino que en esta generación la tecnología avanza a los teléfonos móviles inteligentes, estos móviles de tercera generación (3G) utilizando el teléfono como plataforma de entretenimiento, gestión de la información y fortalecimiento de las redes sociales.
7. Experiencias enriquecedoras del usuario: este tipo de experiencias hace que el usuario aprenda un poco más de lo que se puede hacer en la web, y a la vez las disfrute, entre esas están los Blogs, SecondLife, que son fáciles para usar del usuario y las pueden utilizar con los intereses que el usuario prefiera.



Fuente: Elaboración Propia

Existen unos pilares que debe tener la Web 2.0, Cobo y Pardo (2007), comentan sobre ellos:

1. Redes Sociales: es un avance que no se queda atrás de la tecnología a medida de la evolución de la sociedad, sabiendo que los primeros medios de comunicación fueron el periódico, posteriormente la radio, el televisor, ya para los años 70 se ven en el mercado las diskettes, discos compactos, walkman, posteriormente sale el avance de la computadora que marca un gran y evidente cambio en el mundo tecnológico, quien más adelante consigo trae la Web 2.0, por supuesto esta última pudiéndose manipular desde distintos dispositivos, computadoras y móviles, esto ha reforzado el utilizar las redes sociales en la red, tanto como para ver información como para transformarla, incluso más de ver información se ha dado con el tiempo plataformas de conversaciones donde el usuario puede comentar sobre la información que ya está publicada en la plataforma. Como ejemplos de las redes sociales donde el usuario puede entrar de manera gratuita y manipularlas a su conveniencia son las siguientes:

www.facebook.com

www.twitter.com

2. Contenidos: en este campo se trata de los contenidos que puede publicar el usuario en cualquiera de las redes en las que se desenvuelva sin necesidad de tener un gran conocimiento tecnológico, es decir, el usuario solo necesita la información o contenido que desee publicar, el dispositivo, conectividad y los conocimientos básicos de la plataforma en la que se conecta.

Existen distintos tipos de contenidos los cuales son

- Softwares de Weblogs (blogware).

- Blogging
- CMS o Sistemas Gestión de Contenidos.
- Wikis
- Procesador de Textos en Línea.
- Hojas de Cálculo en línea
- Foto
- Video/TV.
- Calendario.
- Presentación de Diapositivas

3. Organización Social e Inteligente de la Información:

Lo que se desea es mantener en un orden, y proporcionar herramientas que ayuden a su vez a organizar y mejorar el proceso de búsqueda e identificación de los contenidos en Internet.

Entre estas herramientas se encuentran:

- Buscadores
- Lector de RSS – Agregadores Feeds
- Marcadores Sociales de Favoritos (Social Bookmark) y Nubes de Tags
- Aplicaciones y servicios (mashups)
- Organizador de Proyectos
- Webtop
- Almacenamiento en la Web
- Reproductores y agregadores de Música

Luego de conocer lo referente a la comunicación y la comunicación digital y todo lo que ella conlleva, nos sumergiremos en el campo de la

organización, pues es en este campo que la comunicación digital se empapará en este trabajo de investigación.

Eficiencia

“...la proporción que refleja una comparación entre los resultados logrados y los costos sufragados para el cumplimiento de las metas.” Lusthaus, Adrien, Anderson y otros (2002)

“...se refiere a la relación producto/insumo; a la cantidad de cosas obtenidas, logradas o producidas con el uso de una determinada cantidad de un recurso.” Román (2002)

Eficacia

“...radica en relacionar el esfuerzo con el logro de objetivos. Se es más eficaz cuando se obtienen más o mejores objetivos, o cuando se avanza considerablemente en procura de un objetivo mayor.” Román (2002)

“...grado de cumplimiento del sistema de significados. Una organización es eficaz si da cumplimiento, si lleva efectos esos significados. Esto nos lleva a considerar la eficacia como el reflejo de organización en la realidad, la existencia objetiva de esa realidad que es la organización. Son las dos caras de una misma moneda.” Fernández y Sánchez (1997)

Productividad

“La productividad se expresa por el cociente resultante entre la producción obtenida y el coste que hayan producido los factores que en ella hayan intervenido...permite comparar los grados de aprovechamiento que obtiene la empresa en el empleo de los factores de producción aplicados” Alfaro (1999).

Asimismo Terry (1986) expresa; “Es el logro de los objetivos con la mejor utilización de los recursos”

Organización/Empresa

El Diccionario de la Real Lengua Española (2014) define la Organización como Asociación de personas regulada por un conjunto de normas en función de determinados fines.

“La empresa es un instrumento para los individuos mediante el cual los objetivos individuales y colectivos de todas las personas que participan en ella van representados dentro de los objetivos empresariales” Gil y Giner (2013).

Igualmente I. Thompson (2007) define la organización como, un sistema cuya estructura está diseñada para que los recursos humanos, financieros, físicos, de información y otros, de forma coordinada, ordenada y regulada por un conjunto de normas, logren determinados fines.

A la par autores como Gil y Giner (2013) definen la empresa de distintas maneras una de ellas es conceptualizarla como “...un conjunto de medio humanos y materiales que disponen para conseguir una finalidad según un esquema determinado de relaciones y dependencias entre los diferentes elementos que lo componen”

La organización para Gil y Giner (2013) es la entidad social, la estudian desde distintos niveles, eso depende de la escala de sistemas humanos que considere, igualmente está conformada para una finalidad, y las actuaciones planteadas van en pro de los objetivos establecidos, para conseguir dichos objetivos la organización debe estar especializada en ese medio. De esta manera el concepto que le dan a Organización es el siguiente:

“...entidad social relativamente permanente, caracterizada por una estructura, por un compartimiento y una especialización orientada al mismo objetivo”. Brown y Morberg citados por Gil y Giner (2013)

De acuerdo a lo anterior las organizaciones son invenciones sociales creadas por el hombre para lograr objetivos que serían difíciles de realizar individualmente, para ello utilizan el proceso administrativo que consiste en planificar, organizar, ejecutar y controlar las acciones pertinentes para obtener resultados óptimos. En este sentido, es necesario definir lo que es Gerencia, debido a que es la encargada de guiar el proceso en concordancia con los objetivos trazados.

Gerencia

“Gerenciar es hacer que los objetivos en la empresa se logren, a través de los colaboradores que trabajan en ella”. Berghe (2012), este mismo autor da una serie de pasos de debe cumplir la persona encargada de la gerencia de un área para lograr dichos objetivos, entre ellas están, planear, eficiencia de los planes, una planeación estratégica, entre otros, una de los análisis que debe constantemente estudiar es la DOFA la cual se conoce como determinar las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas que suele afrontar tanto el gerente como el área en la cual está a cargo.

Berghe (2012) comenta que una de las principales tareas de la gerencia de un departamento y/o coordinación es “despertar el interés de sus colaboradores, con una mente abierta al cambio que permita y propenda porque su capital humano presente innovaciones individuales o en grupo, por lo tanto es la cooperación de todos los empleados”.

Dentro de las organizaciones y a su vez de la Gerencia de cada uno de los departamentos de una institución, existe una forma de comunicarse unos con otros, esto se debe a generar límites de comunicación entre empleados y jefes para establecer un canal regular y así manejar todo el personal el mismo idioma, es decir, no colapsar en la comunicación dando varias personas directrices distintas, es por ello que se habla de una estructura de comunicación, ya sea por jerarquía o entre empleados de manera horizontal.

La labor de la Gerencia es planificar y estructurar este sistema de acuerdo a los objetivos de la misma. En la Procuraduría General de la República la comunicación como proceso debe estar en concordancia a las directrices de la organización, la realidad comunicacional y las actualizaciones tecnológicos que permitan establecerse de manera fluida y precisa.

Estructura De Comunicación dentro de las organizaciones

La estructura de comunicación en una organización está vinculado con el puesto de trabajo de cada individuo, pues normalmente no todo el personal de la institución se pueden comunicar con el máximo jefe, esto lo afirma el grupo Noriega Editores (2007) quienes señalan que:

“...los canales de comunicación coinciden con las líneas de autoridad. Un importante principio administrativo, llamado el principio desvío, estipula que la comunicación entre individuos que ocupan puestos verticales en la jerarquía organizacional debe pasar por cada peldaño de la escala, sin ninguna omisión, conforme a un mensaje hacia arriba o hacia abajo...” Noriega Editores (2007).

García (1998) expresa que las comunicaciones en la organización es un sistema abierto pues esta influye en el entorno y su interacción, asimismo

comenta que la comunicación posee una pauta que es organizativa dentro del sistema de la institución la cual está constituida por:

La Codificación, la cual es la manera en que se emite el mensaje

La Retroalimentación, por medio del cual se establece un *feedback*, la cual asegura la mejora de la misma.

Igualmente otro de los autores que afirma que la comunicación dentro de una organización depende del entorno en el cual se procesa es García (1998) pues este autor define una serie de criterios básicos para que se dé la comunicación dentro de la organización, los cuales son:

- El grado de reacción de la empresa (un grado de alto cerrazón o clausura conduce a la destrucción de la empresa como sistema y la interacción excesiva amenaza a la personalidad corporativa)
- El carácter estático y dinámico, simple o complejo, integrado o diversificado y favorable u hostil del entorno;
- La definición o indefinición de los objetivos;
- La capacidad para distinguir entre tácticas o estrategias;
- La previsión frente a la influencia del entorno y el grado en que la organización está pertrechada de defensas críticas para salir al encuentro de los acontecimientos;
- La profundidad de sus crisis, su tratamiento peculiar, sus salidas y el enjuiciamiento de su valor de precedente en la cultura corporativa;
- La existencia de criterios propios (personalidad) para afrontar la competitividad. García (1998)

Clima Organizacional

“...el clima organizacional resulta de las percepciones comunes de los miembros que están expuestos a una estructura organizacional común. Por lo tanto, el clima es una propiedad de la organización, un conjunto de variables que la describen. Los aspectos objetivos del contexto son: el grado de formalización, de centralización, la tecnología, el tamaño, el lugar, el físico, etc. Estas características constituyen lo que se puede llamar *estructura organizacional*, y donde se encuentra el origen del clima.” Chiang y Otros (2010).

Patrick y Belisario (2012) en su artículo Influencia de la Motivación Laboral en el Clima Organizacional mencionan una serie de dimensiones y los factores principales que son considerables a la hora de evaluar el clima de una organización escritas por Chiavenato, las cuales son las siguientes:

Dimensiones del Clima Organizacional:

- Flexibilidad: El autor lo define como el grado de no restricciones que los trabajadores/as perciben dentro de la organización, igualmente la aceptación de nuevas ideas dentro de la misma
- Responsabilidad: Las tareas que se le delegan a cada uno de los empleados para desempeñar sus labores, igualmente como asuman los resultados de los trabajos delegados.
- Recompensas: La recompensa que se le da a los trabajadores/as por el trabajo realizado, de acuerdo al grado de desempeño
- Claridad: Los procedimientos, y metas percibidas por los empleados de la organización, igualmente que el flujo de trabajo y la estructura organizativa de la empresa este clara y definida, ya que de esta manera se saben los objetivos que se deben cumplir
- Espíritu de equipo: Unión y compromiso con el equipo de trabajo, igualmente los objetivos claros que como equipo se desea cumplir como meta.

Principales factores que determinan el Clima Organizacional:

- Condiciones físicas: Características del medio en el que se desenvuelve el empleado/a, entre ellos están, la iluminación, los utensilios, el sonido, la distribución del espacio, los materiales de oficina, entre otros.
- Liderazgo: La relación del jefe para con sus empleados, todo depende del trato que se le ofrezca en los momentos de trabajo, ya que debe generar un entorno laboral positivo para que todo fluya como es debido.

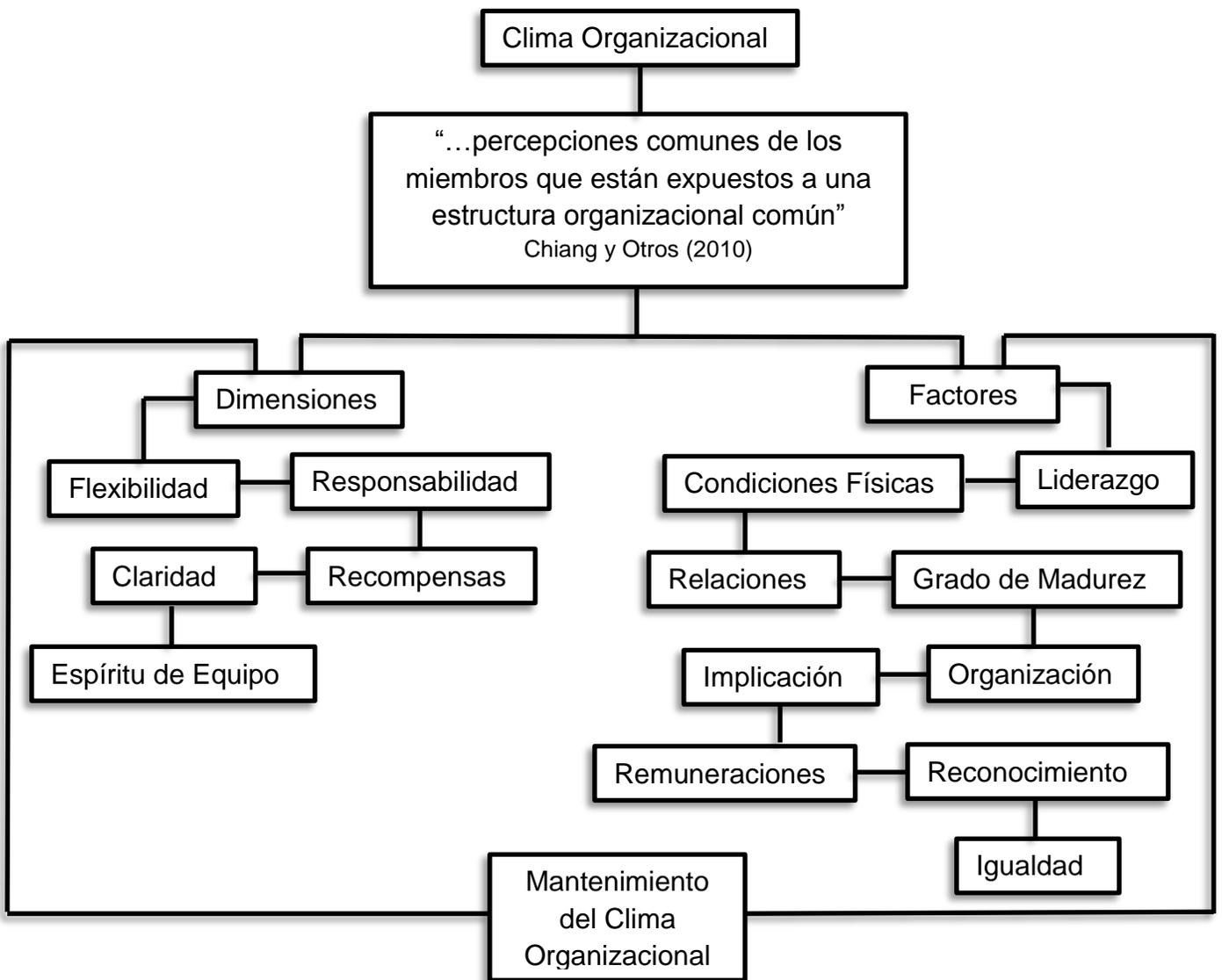
- El grado de madurez: La manera de comunicarse con otras personas, depende del respeto y por supuesto el compañerismo entre trabajadores para que el trabajo se de, de manera exitosa. Patrick y Belisario (2012)

Por otra parte Bañuelos (2010) menciona en su artículo “Mejora el clima laboral en tu empresa e incrementa la eficiencia de tu PYME” una serie de factores que influyen en el clima organizacional, estos son:

- Liderazgo. Se refiere al tipo de relación que exista entre los jefes y empleados, sabiendo que el líder es aquella persona que guía a un grupo de personas con un mismo objetivo que es el éxito en conjunto.
- Relaciones: Es el trato que tenga el grupo de trabajadores, entre ellos, se pretende que las mismas sean sanas, pues esto afecta el trabajo de la organización.
- Implicación: Es el grado de compromiso que tenga cada uno de los trabajadores con la empresa a la que presta sus servicios profesionales, ya que de esto depende de la calidad de la empresa y la mayor productividad.
- Organización: Son los elementos que dan estructura a la empresa.
- Reconocimiento. Dar mérito al trabajo bien realizado, no hay nada mejor que reconocer el trabajo de quien lo merece, pues de esto depende los posteriores esfuerzos para futuras responsabilidades.
- Remuneraciones: La rotación entre el personal para variar la remuneración es lo que se ve en la actualidad, esto lo realizan también para premiar el esfuerzo y poder incrementar la remuneración de los trabajadores, pues hay empresas que tienen remuneración dependiendo del cargo al que pertenezca el empleado.
- Igualdad. Hay que conceder las mismas oportunidades a todos los empleados, ya que por ley todos los seres humanos son iguales y por

lo tanto todos merecen responsabilidades y trabajo al igual que el resto de los trabajadores.

En este orden de ideas para ejercer el liderazgo, establecer responsabilidades conocer los modelos de recompensas y beneficios y fomentar el trabajo en equipo es necesario contar un proceso comunicacional que permita mantener actualizada y en continuo desarrollo el mismo y así de esta manera contribuir al mantenimiento del clima organizacional.



Fuente: Elaboración Propia

Cultura Organizacional

Para Martínez (2009) en su artículo Cultura organizacional plantea algunas reflexiones a la luz de los nuevos retos, comenta que la cultura organizacional son actitudes que tiene el individuo dentro de la organización pero que a su vez trae consigo de la sociedad y otras organizaciones para la adaptación de la misma, ya que existe un intercambio de contenidos culturales. Asimismo dicho autor menciona que, la cultura organizacional tiene distintas funciones, las cuales menciona de la siguiente manera:

“...En primer lugar, acumula los contenidos y experiencias de una organización a través de su historia; en segundo lugar tiene un papel de definición de límites; es decir, crea diferencias entre una organización y las demás. En tercer lugar, conlleva un sentido de identidad para los miembros de la organización. En cuarto lugar, la cultura facilita la generación del compromiso con algo más grande que el interés personal del individuo. En quinto lugar, mejora la estabilidad del sistema social. La cultura es el pegamento social que ayuda a mantener unida a la organización, al proporcionar normas apropiadas para lo que deben hacer y decir los empleados. En sexto lugar la cultura tiene que guiar las proyecciones y estrategias de la organización, siendo un elemento a partir del cual se logren los resultados esperados. Por último, la cultura sirve como mecanismo de control y de sensatez que guía y modela las actitudes y el comportamiento de los empleados.” Martínez (2009)

Igualmente Giarratana (2008) tiene un concepto de cultura organizacional, la cual se cita a continuación,

“...conjunto de creencias, valores, costumbres y prácticas de un grupo de personas que forman una organización; apareció de forma casual en la literatura inglesa en los años 60, como sinónimo de “clima”, cabe destacar la gran influencia que sobre la cultura corporativa tiene el fundador, es decir, la empresa verá reflejada en ella la personalidad de su creador, aunque con el tiempo puede quedar oculta a causa de los cambios llevados a cabo por los grupos o subgrupos de personas que componen la organización...” Giarratana (2008).

2.3. Formación

Para Gadamer (1988) la formación depende de la cultura y el trabajo por la conciencia que el hombre tiene de sí mismo y porque sintetiza diferentes relaciones y procesos sociales.

Asimismo, Calvo (2006) comenta que la formación ocupacional “no solo contempla los propios referentes a las necesidades de desarrollo de competencias profesionales, sino que también responde a las necesidades de desarrollo personal y social en los aspectos que tienen relación con la cultura del grupo y con los valores que actualmente imperan en nuestra sociedad...”

Tipos de Formación

Hegel citado por A. Rodríguez (2005) expresa, que existen dos tipos de formación, teórica y práctica, dicho filósofo define la práctica como “un distanciamiento respecto a la inmediatez del deseo, de la necesidad personal y del interés privado y atribución a una generalidad”. Por otro lado define la formación teórica como “la que lleva más allá de lo que el hombre sabe y experimenta directamente. Consiste en aprender a aceptar la validez de otras cosas también, y en encontrar puntos de vista generales para aprehender la cosa, lo objetivo en su libertad”

Taller

Se entiende por taller según (2005) como “una experiencia concreta de carácter experimental y manipulativo, que aborda, en un periodo de tiempo corto un tema...”

A su vez Maya (2007) cita a Kisnerman quien define un taller como “el proceso de formación profesional. Como programa es una formación racional de actividades específicas, graduadas y sistemáticas, para cumplir los objetivos de ese proceso de formación, el cual es su columna vertebral”.

El taller como instrumento de enseñanza-aprendizaje utilizado en la formación profesional y académica presenta la ventaja de que combina la teoría con la práctica en un proceso racional, sistemático y objetivo que permite constatar de manera continua y gradual el proceso de los participantes en el proceso y la adquisición de capacidades, habilidades y destrezas en un momento dado.

En la presente investigación, este tipo de formación es utilizado como columna vertebral para el desarrollo en el área de comunicación digital, el cual pretende aprovechar las ventajas antes mencionadas para el logro de los objetivos propuestos.

2.4. El Diseño Instruccional

Para este estudio se utilizó como referencia el modelo de Polo (2010), en el mismo hace referencia a las distintas generaciones por las que el diseño instruccional ha atravesado, en este momento el mismo se encuentra en la quinta generación, ya que,

“...requieren de un docente con competencias múltiples, interdisciplinarias, con vastos conocimientos teóricos que permitan el intercambio, la crítica, el trabajo en equipo, el encuentro y el reencuentro de con sus iguales cibernéticos. La permisología de equivocarse y de errar para aprender, la flexibilidad se precisa para poder sobrevivir ante los avances tecnológicos y disciplinares, para adaptarse a nuevas situaciones, para adquirir nuevos conocimientos y cuestionar los viejos paradigmas. Hoy día el docente es tan protagonista como el estudiante, lo que cambia es la estrategia de

trabajo y porque la concepción desde un diseño instruccional de transición tendrá a un docente atrás que crea, piensa y desarrolla su trabajo promoviendo aprendizajes.” (Polo 2010. p.9)

De acuerdo a lo anterior la autora propone los siguientes componentes del diseño instruccional:

- Análisis: conforme un diagnóstico interactivo de los elementos intervinientes el proceso, sus características (participantes, equipo profesional de docentes, formación entre otros), así como las teorías pedagógicas, didácticas o psicológicas para los procesos de aprendizaje.
- Componentes del Diseño: se elaboran los elementos que conforman el diseño del curso o programa, se relaciona con enunciar los objetivos, procesos, estructuras, definición, selección y características de los repositorios, revisión y selección de los medios y los sistemas y redes.
- Componente tecnológico: se refiere a los sistemas utilizados para la puesta en práctica de las estrategias. Este componente está sujeto a las condiciones de infraestructura tecnológica que posea la institución educativa.
- Gestión y sistema de evaluación: este componente está presente durante todo el proceso de ejecución del diseño, así como el de evaluación, al respecto la autora (2002) señala que “el componente evaluación presenta tres (3) sub-componentes: la evaluación de los aprendizajes, la evaluación de la tecnología y la evaluación del diseño en si” (p.13)

El modelo de Polo fue escogido para este trabajo de investigación principalmente porque representa una visión adaptada a la educación venezolana y adecua el uso de las herramientas y medios tecnológicos a la

realidad del entorno educacional permitiendo integrar de manera clara y precisa los objetivos del taller y su diseño desde una perspectiva lógica y sistemática.

2.5. Estrategias de enseñanza-aprendizaje

Modelo andragógico:

El modelo andragógico es utilizado para la educación dirigida a los adultos, ya que la misma se basa en considerar el proceso educativo como una transmisión bidireccional de conocimientos, en donde el facilitador es un orientador de dicho proceso. El autor principal que enunció las bases de la andragogía fue Malcolm S. Knowles (2001) quien define este modelo como la ciencia y el arte de ayudar a adultos a aprender, ya que los mismos necesitan interactuar con el propio aprendizaje, “los adultos aprenden de manera diferente a los niños y que los entrenadores en su rol de facilitadores del aprendizaje deberían usar un proceso diferente para facilitarlo” Knowles (2001).

Asimismo Adams (1977) estableció los siguientes principios:

- **Participación:** Según el autor es "la acción de tomar decisiones en conjunto o tomar parte con otros en la ejecución de una tarea determinada". Se refiere a que el participante puede tomar decisiones en conjunto con el resto del grupo participante, discutir las evaluaciones, los contenidos e innovar en el desarrollo de la cátedra.
- **Horizontalidad:** Este principio es referido a las características similares entre el participante y el facilitador, ya que la conducta se manifiesta por la adultez y experiencia, como bases del proceso.

- **Flexibilidad:** Se refiere a la necesidad de relacionar las experiencias y aprendizajes previos con las aptitudes y destrezas para establecer lapsos para el desarrollo del proceso

Además esta teoría establece seis supuestos relacionados con la motivación en el aprendizaje de adultos (Knowles 2001):

1. Necesidad de saber. Los adultos necesitan conocer la razón por la que se aprende algo.
2. Autoconcepto del individuo Los adultos necesitan ser responsables por sus decisiones en términos de educación, e involucrarse en la planeación y evaluación de su instrucción.
3. Experiencia previa. (incluyendo el error) provee la base para las actividades de aprendizaje.
4. Prontitud en aprender. Los adultos están más interesados en temas de aprendizaje que tienen relevancia inmediata con sus trabajos o con su vida personal.
5. Orientación para el aprendizaje. El aprendizaje de adultos está centrado en la problemática de la situación, más que en los contenidos.
6. Motivación para aprender. Los adultos responden mejor a motivadores internos que a motivadores externos.

El modelo andragógico presenta ventajas para el desarrollo de talleres, cursos, seminarios, entre otros, a nivel profesional, debido a que focaliza la dirección del proceso educativo a la responsabilidad, participación, madurez e interés de los adultos a la hora de involucrarse en el mismo, es por ello que se toma como base este modelo para la propuesta final del trabajo de grado.

En cuanto a las estrategias utilizadas en la propuesta del presente trabajo, se desarrolla el proceso de andragogía debido a que el mismo se está dirigido a empleados de una organización, en este caso, la Procuraduría General de la República, que cuenta en sus filas con una mayoría de

empleados profesionales, o en formación académica, por lo que se consideró un modelo apropiado para impartir el taller.

2.6. Marco Referencial de la empresa

La Procuraduría General de la República Bolivariana de Venezuela fue creada en el año 1863 teniendo como función principal defender los intereses tanto materiales como morales de la República, con la responsabilidad de participar de manera jurídica para asegurar la salud patrimonial de la Nación, ese entonces no existía nada concreto que definiera las funciones de la Procuraduría General de la República como ente del Estado, hasta 1999 donde en la Constitución se amplió y pronuncio las funciones principales de este Órgano Asesor, en su artículo 247 explica lo siguiente:

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999)

Artículo 247: La Procuraduría General de la República asesora, defiende y representa judicial y extrajudicialmente los intereses patrimoniales de la República, y será consultada para la aprobación de los contratos de interés público nacional.

La Ley orgánica determinará su organización, competencia y funcionamiento.

- Misión

Garantizar la seguridad jurídica de la actuación del Estado, el respeto al ordenamiento jurídico público y la existencia, conservación e integridad de los bienes e intereses patrimoniales de la República, mediante la aplicación recta y honorable del conocimiento jurídico en su acción de asesoramiento a las autoridades públicas de defensa y de representación judicial y extrajudicial de los bienes patrimoniales de la Nación venezolana.

- **Visión**

Ser la institución venezolana de mayor reconocimiento, prestigio y credibilidad por su capacidad asesora a los Órganos del Estado y su eficiente acción en defensa y representación de los bienes e intereses patrimoniales de la República, mediante el desarrollo y aplicación del conocimiento científico de la ciencia jurídica y la utilización honesta, recta, objetiva y honorable del ordenamiento jurídico venezolano.

2.7. Marco Legal

Leyes

Dentro de las Leyes de la República Bolivariana de Venezuela existen unas en específico que tratan aspectos sobre la comunicación y la comunicación tecnológica que se debe desarrollar en las organizaciones, a continuación se muestran los artículos y leyes que hablan de las mismas.

La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela

Comenta lo siguiente:

Artículo N° 110: El Estado reconocerá el interés público de la ciencia, la tecnología, el conocimiento, la innovación y sus aplicaciones y los servicios de información necesarios por ser instrumentos fundamentales para el desarrollo económico social y político del país, así como la seguridad y soberanía nacional. Para el fomento y desarrollo de esas actividades, el Estado destinará recursos suficientes y creará el sistema nacional de ciencia y tecnología de acuerdo con la ley. El sector privado deberá aportar recursos para las mismas. El Estado garantizará el cumplimiento de los principios éticos y legales que deben regir las actividades de investigación científica,

humanística y tecnológica. La ley determinará los modos y medios para dar cumplimiento de esta garantía.

La Ley Orgánica del Trabajo. Los Trabajadores y las Trabajadoras

Comenta sobre la formación de los empleados en los siguientes artículos:

Artículo N° 156 **Condiciones de trabajo:** el trabajo se llevará a cabo en condiciones dinas y seguras, que permitan a los trabajadores y trabajadoras el desarrollo de sus potencialidades, capacidad creativa y pleno respeto a sus derechos humanos, garantizando:

- a) El desarrollo físico, intelectual y moral.
- b) La formación e intercambio de saberes en el proceso social de trabajo.
- c) El tiempo para el descanso y recreación.
- d) El ambiente saludable de trabajo.
- e) La protección de la vida, la salud y la seguridad laboral.
- f) La prevención y las condiciones necesarias para evitar toda forma de hostigamiento o acoso sexual y laboral.

Artículo N° 293 **Educación y trabajo:** La educación y el trabajo son los procesos fundamentales para la creación y justa distribución de la riqueza, la producción de bienes y servicios que satisfagan las necesidades del pueblo y la construcción de la sociedad de iguales y amantes de la paz establecida en el texto constitucional de la República Bolivariana de Venezuela.

Artículo N° 299 **Formación y puesto de trabajo digno:** El Estado, a través del proceso educativo, creará las condiciones y oportunidades, estimulando la formación técnica, científica, tecnológica y humanística de los trabajadores y trabajadoras, para asegurar su incorporación al

proceso social del trabajo, en puestos de trabajos dignos, seguros y productivos, que garanticen el bienestar del trabajador y la trabajadora, sus familias, comunidades y orientados al desarrollo integral de la Nación.

Artículo N° 312 **Formación tecnológica:** El trabajador y la trabajadora tienen el derecho a la formación técnica y tecnológica vinculada a los procesos, equipos y maquinarias donde deben laborar y a conocer con integralidad el proceso productivo del que es parte. A tal efecto, los patronos o patronas dispondrán para el trabajador y trabajadora cursos de formación técnica y tecnológica sobre las distintas operaciones que involucran el proceso productivo.

Artículo N° 320 **Fuente del conocimiento científico, humanístico y tecnológico:** El proceso social del trabajo constituye la fuente fundamental del conocimiento científico humanístico y tecnológico requerido para la producción de bienes y la prestación de servicio a la sociedad. Las invenciones, innovaciones y mejoras son producto del proceso social de trabajo, para satisfacer las necesidades del pueblo, mediante la justa distribución de la riqueza.

Igualmente la **Ley de Infogobierno** estipula que,

Objeto de la Ley

Artículo 1. Esta Ley tiene por objeto establecer los principios, bases y lineamientos que rigen el uso de las tecnologías de información en el Poder Público y el Poder Popular, para mejorar la gestión pública y los servicios que se prestan a las personas; impulsando la transparencia del sector público; la participación y el ejercicio pleno del derecho de soberanía; así como, promover el

desarrollo de las tecnologías de información libres en el Estado; garantizar la independencia tecnológica; la apropiación social del conocimiento; así como la seguridad y defensa de la Nación.

Ámbito de aplicación

Artículo 2. Están sometidos a la aplicación de la presente Ley:

1. Los órganos y entes que ejercen el Poder Público Nacional.
2. Los órganos y entes que ejercen el Poder Público Estatal.
3. Los órganos y entes que ejercen el Poder Público en los distritos metropolitanos.
4. Los órganos y entes que ejercen el Poder Público Municipal y en las demás entidades locales previstas en la Ley Orgánica del Poder Público Municipal.
5. Los órganos y entes que ejercen el Poder Público en las dependencias federales.
6. Los institutos públicos nacionales, estatales, de los distritos metropolitanos y municipales.
7. El Banco Central de Venezuela.
8. Las universidades públicas, así como cualquier otra institución del sector universitario de naturaleza pública.
9. Las demás personas de derecho público nacionales, estatales, distritales y municipales.
10. Las sociedades de cualquier naturaleza, las fundaciones, empresas, asociaciones civiles y las 1 demás creadas con fondos públicos o dirigidas por las personas a las que se refiere este artículo, en las que ellas designen sus autoridades, o cuando los aportes presupuestarios o contribuciones en un ejercicio efectuados por las personas referidas en el presente artículo representen el cincuenta o más de su presupuesto.

11. Las organizaciones y expresiones organizativas del Poder Popular.

12. Las personas naturales o jurídicas, en cuanto les sea aplicable, en los términos establecidos en esta Ley.

13. Las demás que establezca la Ley.

Por otro lado está el **Estatuto de Personal de la Procuraduría General de la República** el cual en distintos artículos establece la formación del personal que se desempeña en la institución:

Artículo N°37 **De la Capacitación del personal:** La capacitación del personal se define como el proceso continuo de adiestramiento, aplicado de manera sistemática y organizada, mediante el cual los funcionarios de la Procuraduría General de la República adquieren y perfeccionan los conocimientos, habilidades y destrezas necesarias para el cumplimiento de las atribuciones que tienen asignadas dentro de la institución.

Artículo N° 38: La capacitación del personal es una responsabilidad compartida entre los funcionarios y la institución.

Las diferentes unidades internas deberán participar activamente en la planificación de este proceso, siempre bajo la coordinación y asesoría de la Gerencia de Recursos Humanos de la institución.

Artículo N° 39: Los programas de capacitación planificados por cada unidad interna, deberán responder a las prioridades de la institución y a las necesidades de formación de los funcionarios de la Procuraduría General de la República.

Artículo N° 40: Las unidades internas de la Procuraduría General de la República, bajo la coordinación y asesoría de la Gerencia de Recursos

Humanos, deberán diseñar un plan anual de capacitación para los funcionarios de la institución, supervisando su cumplimiento y ajustándolo a los recursos económicos destinados para tal fin. Dicho plan se basará en la detección de necesidades de capacitación previamente establecidas.

Su elaboración atenderá a las políticas y directrices que a tal efecto dicte el Procurador General de la República.

Artículo N°41: Son condiciones para participar en las actividades de capacitación, las siguientes:

1. Haber superado un lapso mínimo de seis (6) meses de antigüedad en la institución, salvo necesidades especiales de capacitación en razón de servicio.
2. La existencia de vinculación de la capacitación con el área de actividad del funcionario, salvo motivación especial del su supervisor.
3. El número de las actividades de capacitación realizadas por el funcionario postulado debe ser proporcional con las realizadas por los demás funcionarios de la respectiva unidad interna.

Si se requiere la participación de un funcionario en una actividad de capacitación específica, sin que se cumplan los requisitos mencionados, la máxima autoridad de la unidad interna correspondiente deberá presentar un informe justificativo de tal requerimiento.

En todo caso, las actividades de capacitación deberán ser aprobadas por el procurador General de la República.

Artículo N° 42: Los funcionarios deberán cumplir con las actividades de capacitación destinadas a mejorar su desempeño.

A su vez la **Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación** tiene como objetivo principal el siguiente:

Artículo 1: **Objetivo.** La presente Ley tiene por objeto dirigir la generación de una ciencia, tecnología, innovación y sus aplicaciones, con base en el ejercicio pleno de la soberanía nacional, la democracia participativa y protagónica, la justicia y la igualdad social, el respeto al ambiente y la diversidad cultural, mediante la aplicación de conocimientos populares y académicos. A tales fines, el Estado Venezolano formulará, a través de la autoridad nacional con competencia en materia de ciencia, tecnología, innovación y sus aplicaciones, enmarcado en el Plan Nacional de Desarrollo Económico y Social de la Nación, las políticas públicas dirigidas a la solución de problemas concretos de la sociedad, por medio de la articulación e integración de los sujetos que realizan actividades de ciencia, tecnología, innovación y sus aplicaciones como condición necesaria para el fortalecimiento del Poder Popular."

Igualmente menciona la importancia de formación en el siguiente artículo:

Artículo 36 **Incentivos para la formación e inserción de los cultores y cultoras científicos y tecnológicos** El Ejecutivo Nacional, a través de la autoridad nacional con competencia en materia de ciencia, tecnología, innovación y sus aplicaciones, diseñará e instrumentará los incentivos necesarios para estimular la formación e inserción de los cultores y cultoras científicos y tecnológicos en las unidades de producción social, los órganos adscritos a la autoridad nacional con competencia en materia de ciencia, tecnología innovación y sus aplicaciones, así como en las instituciones universitarias que respondan a los proyectos que permitan resolver las necesidades concretas vinculadas al Plan Nacional de Desarrollo Económico y Social de la Nación."

Las leyes anteriormente nombradas regulan lo referente a la comunicación digital y su uso, lineamientos y principios, así como el ámbito de aplicación en las instituciones públicas, además de establecer la formación como un derecho de los trabajadores que son los temas estudiados en la presente investigación.

Cada uno de ellas desde una perspectiva diferente expresa normativas sobre el proceso y su importancia. La Constitución General de la República, establece los lineamientos generales que reconocen el interés por la ciencia y la tecnología, remitiendo a otras leyes, las especificaciones en cuanto a educación y trabajo (LOTTT), en el uso de las tecnologías (Ley de Infogobierno) y en el área de formación las normativas establecidas en el Estatuto de Personal de la Procuraduría General de la República, entre otras, conformaron el sustento legal de la investigación.

3.- MARCO METODOLÓGICO

Según Balestrini (2006) el marco metodológico lo define como:

Es la instancia referida a los métodos, las diversas reglas, se registran técnicas y protocolos con los cuales una teoría y su método calcula las magnitudes de lo real. El bien esencial del marco metodológico es el de situar en el lenguaje de la investigación, los métodos e instrumentos que se emplearan en la investigación planteada. (pág. 126)

Por ello, se plantea en este capítulo la manera en que se realizó la investigación, tomando en cuenta el tipo, diseño y alcance de la investigación, población y muestra, instrumentos y técnicas de recolección de datos.

3.1.- Modalidad de la investigación

En concordancia a los objetivos propuestos, la modalidad de investigación que se adapta al trabajo es el proyecto factible que según la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL) (2006) es:

La investigación. Elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales. Puede referirse a la formulación de políticas, programas. Tecnología, métodos o procesos. (pág. 23)

Se enmarca la investigación en esta modalidad debido a que la misma busca ofrecer soluciones viables a la problemática planteada a través de la elaboración de un taller en Comunicación Digital, que permite minimizar la situación problemática con el conocimiento integral, claro y preciso de los factores intervinientes en dicho proceso y las herramientas utilizadas para adecuarlo a las necesidades y requerimientos de la organización.

3.2.- Diseño de la investigación

Es una investigación de campo, según Arias (2006) “aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos...”.

Igualmente la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL) (2006) lo define como:

“el análisis sistemático de problemas en la realidad, con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas y efectos, o predecir su ocurrencia, haciendo uso de métodos característicos de cualquiera de los paradigmas o enfoques de investigación conocidos o en desarrollo” (pág. 18)

En la presente investigación, los datos son recolectados directamente de la realidad por medio del instrumento (Cuestionario) diseñado para ello y su análisis e interpretación se hizo sin manipularlos, expresándolos tal y como fueron extraídos de la realidad estudiada.

3.2.- Nivel de la Investigación

Es una investigación de tipo descriptiva, para Sampieri y otros (2010) las investigaciones descriptivas “...miden y evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar.” Igualmente estos autores mencionan que la investigación de tipo descriptiva se encarga de medir la mayor precisión posible.

A la par, Arias (2006) define la investigación descriptiva de la siguiente manera,

“consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento.” Es de esta manera que se hará el trabajo de grado, pues se pretende es analizar las variables de la investigación, sus características, causas y efectos en el estudio de la problemática planteada. Arias (2006)

Es de tipo descriptiva porque se analizaron las características del proceso de comunicación digital y su influencia en las actividades y funcionamiento de la Procuraduría General de la República.

3.3.- Alcance

La presente investigación exploró la conexión entre comunicación digital y comunicación del personal administrativo en la Procuraduría General de la República Bolivariana de Venezuela, ubicada en el estado Distrito Capital, ciudad de Caracas, Venezuela. El alcance del presente trabajo está enmarcado en una muestra de cinco (5) áreas características dentro de la institución: despacho del procurador general de la república, gerencia general de recursos humanos, gerencia de tecnología y sistemas, coordinación de correspondencia y comunicación corporativa.

3.4.- Población

De acuerdo a Pérez (2009), “La población es un conjunto finito o infinito de unidades de análisis, individuos, objetos o elementos que se someten a estudio; pertenecen a la investigación y son la base fundamental para obtener la información. (p.70).

La población estuvo conformada por el personal administrativo de la Procuraduría General de la República, la sede está ubicada en la ciudad de Caracas, Venezuela, quienes dan un total de noventa (90) empleados activos, distribuido de la siguiente manera:

- Despacho del Procurador General de la República. (conformada por 24 empleados).
- Gerencia de Recursos Humanos (conformada por 25 empleados).
- Gerencia de Tecnología y Sistemas (conformada por 20 empleados).
- Coordinación de Correspondencia (conformada por 11 empleados)
- Comunicación Corporativa (conformada por 10 empleados).

3.5.-Muestra

Para Sabino (1992) la muestra es “una parte del todo que llamamos universo y que sirve para representarlo”.

De acuerdo a lo anterior, la muestra fue de un 33% de la población antes mencionada que da un total de treinta (30) empleados en concordancia a lo expresado por Ramírez (2007) “la mayoría de los autores han coincidido en señalar que para los estudios sociales con tomar un aproximado del 30% de la población se tendría una muestra con un nivel elevado de representatividad “(p.78).

Se utiliza el muestreo estratificado que consiste en dividir la población en grupos relativamente homogéneos (en este caso empleados por gerencias) y se tomó un número igual de elementos de cada estrato y se le dio peso a los resultados de acuerdo a la proporción del estrato a la población total (Levin 1.986).

En este orden de ideas, la muestra se conformó de la siguiente manera:

Gerencia	Población	Muestra
Despacho del Procurador	24 empleados	8 empleados
Gerencia de Recursos Humanos	25 empleados	8 empleados
Gerencia de Tecnología y Sistemas	20 empleados	7 empleados
Coordinación de Correspondencia	11 empleados	4 empleados
Comunicación Corporativa	10 empleados	3 empleados
Total	90	30

Fuente: Elaboración Propia

Se toman las coordinaciones y gerencias antes mencionadas por las siguientes razones:

- El Despacho del Procurador es la máxima autoridad, por lo tanto se encarga de coordinar los procesos de recepción y distribución de la correspondencia, tanto la recibida como la emitida, dando cuenta de su destino tanto al Procurador o a la Procuradora General de la República como al Viceprocurador o a la Viceprocuradora General de la República.
- La Gerencia de Recursos Humanos se encarga de coordinar y asesorar la planificación de los proyectos de capacitación, así como diseñar y supervisar el Plan Anual de Capacitación para los funcionarios o funcionarias de la Procuraduría General de la República.
- La Gerencia de Tecnología y Sistemas debe formular, desarrollar y administrar políticas orientadas a la gerencia estratégica y al

máximo aprovechamiento de la tecnología de información, como herramienta de apoyo a los procesos de la Procuraduría General de la República, asimismo debe planificar, analizar, diseñar, construir, implantar y mantener sistemas de información adaptados a las necesidades y requerimientos de los procesos de la Institución, para así Proporcionar atención, soporte técnico y asesoría a los usuarios o las usuarias de la plataforma tecnológica de la Institución, instalando y manteniendo los equipos y programas que la integran.

- La Coordinación de Correspondencia, es el área que percibe todos los documentos que llegan a la institución, es quien debe emitir a las coordinaciones correspondientes dichas comunicaciones en el menor tiempo posible, y de la mejor manera posible.
- Comunicación Corporativa es la encargada de seleccionar, procesar y almacenar información de los medios de comunicación social que sean de interés para la Institución.

Todas las coordinaciones antes mencionadas son las responsables de la comunicación y formación dentro de la Procuraduría General de la República, por lo que cada una de ellas es importante para tomar en cuenta dentro de este objeto de estudio.

El periodo de tiempo en el que está establecida la recolección de datos para la investigación es entre el año dos mil catorce (2014) y mediados del año dos mil quince (2015)

3.6.- Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Para la recolección de datos de utilizó la encuesta, la cual para Sabino (1992) comenta que consiste en “requerir información a un grupo

socialmente significativo de personas acerca de los problemas de estudio para luego, mediante un análisis de tipo cuantitativo, sacar las conclusiones que correspondan con los datos recogidos”

Para obtener los datos de acuerdo a la técnica de encuesta se tomó como instrumento el cuestionario, que consiste según el mismo Arias (2012):

El cuestionario es la modalidad de encuesta que se realiza en forma escrita mediante un instrumento o formato de papel contentivo de una serie de preguntas, se le denomina cuestionario auto administrado porque debe ser llenado por el encuestado sin intervención del encuestador. (pág. 73)

De acuerdo a lo anterior el cuestionario constó de seis (6) partes, cada una de ellas destinadas a la recolección de información sobre el proceso de comunicación digital, el mismo se dividió de la siguiente manera:

- Primera parte, el entrevistado señaló sus datos personales, grado de instrucción, tiempo de trabajo en la institución y la gerencia a la que presta sus servicios.
- Segunda Parte, tipo de comunicación laboral, destinada a recolectar información sobre los tipos de comunicaciones que utilizan usualmente en su desempeño, con preguntas de selección simple.
- Tercera Parte, conocimiento de herramientas tecnológicas para la comunicación en el área laboral, en la cual mediante nueve (9) preguntas tipo escala de estimación, se recolecto información sobre el manejo de las mismas.
- Cuarta Parte, calidad de la comunicación en el área laboral, acá se solicitó información sobre la eficiencia y eficacia de los tipos de comunicación, así como de la claridad y precisión de las mismas de acuerdo a las necesidades y requerimientos de la organización.

- Quinta Parte, frecuencia de la comunicación en el área laboral, en esta sección se buscó información sobre qué tipo de comunicación se establecen con mayor frecuencia en la institución a través de ocho (8) preguntas tipo escala de estimación.
- Sexta Parte, opinión acerca de la importancia de la comunicación digital en el área laboral, a través de cuatro (4) preguntas dicotómicas y tres (3) de selección múltiple se recabo la opinión que tienen los empleados sobre la importancia de la comunicación digital y su uso en la institución.

3.7.- Validación del Instrumento

Según Pérez (2009): “Se refiere a la revisión exhaustiva del instrumento de investigación antes de ser aplicado. Se confía su realización a un panel de especialistas en metodología, conocedores de la materia en estudio. Ellos verifican la redacción, extensión y la correlación entre los objetivos, las variables, los indicadores y las preguntas (ítems) del instrumento de investigación, entre otros aspectos”. (p.89)

De acuerdo a lo anterior para obtener la validez de la presente investigación se ha tomado como base el juicio de tres (3) expertos en el área o ámbito de trabajo quienes analizaron el instrumento de recolección de datos (cuestionario) en relación a su contenido, pertinencia y construcción lógica. Dichos expertos fueron seleccionados por su experiencia en el área en la que se enfoca el presente trabajo de Investigación:

- Gerente de Comunicación Corporativa
- -Profesor de la Universidad Central de Venezuela en el área de Gerencia de Recursos Humanos.

- Profesora de la Universidad Central de Venezuela en el área de Informática y Educación

Análisis de la validación de la propuesta

De acuerdo al juicio de tres (3) expertos realizado para la validación de la propuesta, consideraron que la planificación, contenido y organización de la misma se adecúa con las necesidades y requerimientos de la formación en comunicación digital, por lo tanto dieron su aprobación para el desarrollo del taller de acuerdo a lo estipulado en el diseño curricular. En esta oportunidad los expertos fueron los siguientes:

- Coordinadora de la Gerencia General de Recursos Humanos.
- Coordinador de la Gerencia de Comunicación Corporativa.
- Coordinador de la Gerencia de Tecnología y Sistemas.

Los tres (3) expertos desempeñan funciones en de la Procuraduría General de la República.

3.8.- Técnicas y herramientas de procesamiento y análisis de datos

Para llevar a cabo la siguiente investigación se utilizaron porcentajes para el análisis de las preguntas individuales, así mismo, para la presentación grafica de cada una se utilizó el diagrama circular de sectores.

3.9.- Fases del proceso de investigación

A continuación se señalan en orden secuencial y lógico las fases a desarrollar para el logro de los objetivos del trabajo de grado.

3. Fase preliminar:

En esta fase se realizó el proceso de observación que conduce a la detección e identificación del problema, sus características, así como la redacción del mismo de acuerdo a las partes establecidas, además de los objetivos de la investigación y la justificación e importancia.

4. Fase técnica:

Se encuadra esta fase en la actualización y desarrollo del estado del arte que sustenta la investigación, basándose en los antecedentes de la investigación, supuestos y teorías sobre el problema a investigar y la normativa legal que rige el mismo.

5. Fase metodológica

En esta fase se describen todos los elementos necesarios para logro de los objetivos específicos de manera secuencial y sistemática en el mismo, se descubre y operacionaliza de acuerdo a las características propias de la investigación, el diseño, la modalidad, el tipo y el nivel de la investigación, la población, la muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos y el procedimiento de los mismos, así como los aspectos administrativos del proyecto.

6. Fase de resultados:

Se utilizaron de métodos y estadísticas se tabularon, graficaron y analizaron los resultados obtenidos en la aplicación de los instrumentos de recolección de datos.

7. Fase de conclusiones y recomendaciones:

De acuerdo a los resultados obtenidos la aplicación de instrumentos de recolección de datos y su posterior análisis se formulan las conclusiones y recomendaciones finales del trabajo.

8. Fase de desarrollo de la propuesta:

Se elaboró la propuesta sugerida o recomendada para una solución viable a la problemática planteada de acuerdo a las necesidades y requerimientos establecidos en el proceso de investigación.

3.10 -Operacionalización de las variables

Variables	Dimensiones	Indicadores	Fuente	Procedimiento	Instrumento
<p>Formación: adquirir desarrollo, aptitud o habilidad en lo físico o en lo moral</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento: averiguar por el ejercicio de las facultades intelectuales la naturaleza, cualidades y relaciones de las cosas, entender, saber, experimentar sobre la Comunicación Digital • Habilidades y Destreza: Capacidad, agilidad, disposición, trabajo en equipo, delegar, planificar, liderizar y organizar, dentro de las herramientas tecnológicas • Evaluación: Apreciar, estimar el grado de conocimientos adquiridos en la Comunicación digital de manera formativa en el taller propuesto 	<p>Conocer:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El grado de formación en comunicación digital. • Conocimiento de las herramientas tecnológicas • El tipo de comunicación dentro de la institución •Cuál es la comunicación más utilizada • Diferentes casos de la forma de comunicación • Capacidad de control del internet • Capacidad de utilizar las herramientas digitales <p>Evaluar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • .Conocimientos adquiridos • Desarrollo en el área 	<p>-Despacho del Procurador -Gerencia General de Recursos Humanos -Área de Correspondencia -Gerencia de Comunicación Corporativa -Gerencia de Tecnología y Sistemas.</p>	Encuesta	Cuestionario
<p>Comunicación: Transmisión</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Analógica: Comunicación no verbal, ya 				

de señales mediante un código común al emisor y al receptor	sea por imágenes o de manera física (papel). <ul style="list-style-type: none"> • Digital: Comunicación mediante medios o herramientas electrónicas. • Personal: Comunicación interpersonal con las personas, en conversación. 				
---	--	--	--	--	--

Fuente: Elaboración Propia

4.-ANÁLISIS DE RESULTADOS

A continuación se presentarán las preguntas y respuestas detalladas del instrumento aplicado en la Procuraduría General de la República con gráficas basadas en el porcentaje de respuesta de la muestra utilizada.

Es de hacer notar que entre los encuestados el mayor promedio de edad estuvo enmarcado entre 30 y 49 años, asimismo predominó el sexo femenino con un total de 16, además el nivel de instrucción preeminente fue el pregrado, con un total de 18 personas en ese nivel, por último el tiempo de prestación de servicio que tienen los empleados se ubicó entre 2 meses y 32 años.

Pregunta N° 1: ¿Qué tipo de comunicación utiliza en su área laboral?

Ítems	Personas	Porcentaje
Analógica	10	33%
Digital	19	63%
Personal	19	63%

Tipo de comunicación utiliza en su área laboral

Fuente: Cálculos Propios

Gráfico N° 1:

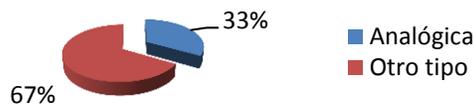


Gráfico N° 2:

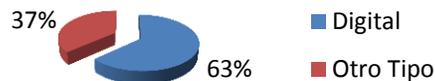
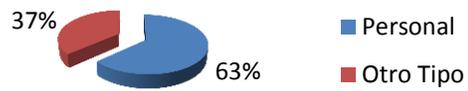


Gráfico N° 3:



De acuerdo a lo expresado por los encuestados no existe una sola forma de comunicación en la organización, sino una serie de combinaciones de las mismas, en este sentido las más utilizadas con un 63% fueron la comunicación digital y personal, dejando con un 33% la comunicación analógica. En este sentido, los resultados indican que existe un nivel alto de actualización del proceso de comunicación en la institución expresado en los índices de utilización de la comunicación digital y personal.

Pregunta N° 2: ¿Qué tipo de comunicación utilizan entre departamentos y/o coordinaciones en la organización?

Ítems	Personas	Porcentaje
Analógica	11	37%
Digital	24	80%
Personal	16	53%

Tipo de comunicación utilizan entre departamentos y/o coordinaciones en la organización

Fuente: Cálculos Propios

Gráfico N° 4:

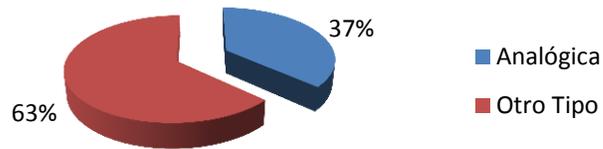


Gráfico N° 5:

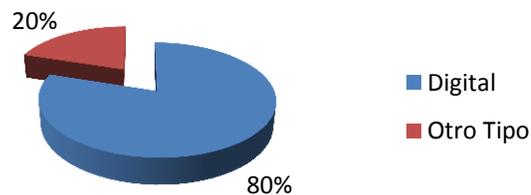
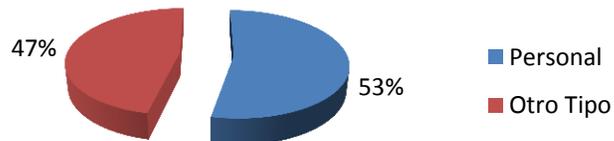


Gráfico N° 6:



Según lo señalado por los encuestados, se verifica el dominio de la tecnología debido a que el 80% señaló que la comunicación digital es la que prevalece en la organización, le sigue con un 53% la comunicación personal

y por último la comunicación analógica obtiene un 37%. Es de hacer notar en estrecha relación con la pregunta anterior sigue prevaleciendo la combinación personal-digital en la comunicación entre departamentos y coordinaciones, lo que indica que estos tipos de comunicación son los de mayor relevancia en el proceso debido a su importancia, accesibilidad y manejo de datos.

.

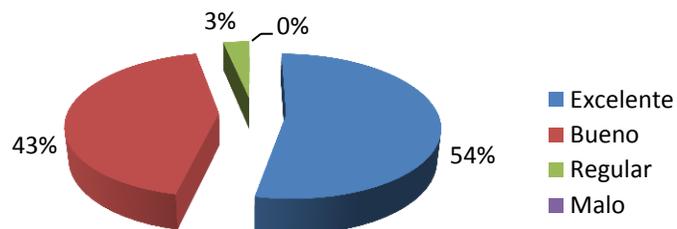
Pregunta N° 3: ¿Cómo considera usted que maneja navegadores de internet?

Ítems	Personas	Porcentaje
Excelente	16	54%
Buena	13	43%
Regular	01	3%
Mala	0	0%

Gráfico N° 7:

¿Cómo considera usted que maneja navegadores de internet?

Fuente: Cálculos Propios



Los navegadores de internet son aquellos que permiten iniciar el proceso de búsqueda de datos e información en la red. En este sentido dieciséis (16) empleados (54%) de los encuestados manifestaron manejar excelentemente los mismos, mientras trece (13) empleados (43%) consideran que realizan un buen manejo y apenas un (01) empleado (3%) señaló que maneja de manera regular dichos navegadores, lo que señala que existe un conocimiento general bueno sobre estos ítems que deben ser encausados y orientados en beneficios de la organización.

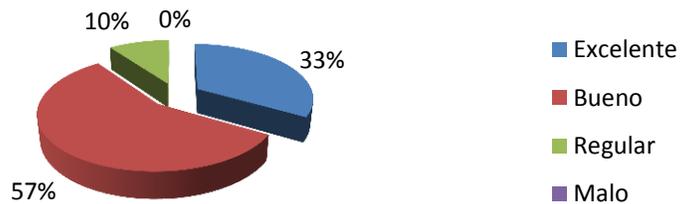
Pregunta N° 4: ¿Cómo considera usted que maneja las redes sociales (twitter, facebook, instagram...)?

Ítems	Personas	Porcentaje
Excelente	10	33%
Buena	17	57%
Regular	03	10%
Mala	0	0%

Gráfico N° 8:

¿Cómo considera usted que maneja las redes sociales (twitter, facebook, instagram...)?

Fuente: Cálculos Propios



Las redes sociales son páginas que permiten a los usuarios intercambiar información, interactuar con otros usuarios y relacionarse de forma rápida en la red. En este orden de ideas diecisiete (17) empleados (57%) dijo que el manejo que tienen de dichas redes es bueno. Asimismo, diez (10) empleados (33%) señalaron manejarlas de manera excelente y tres (03) empleados (10%) expresaron manejarlas de manera regular.

En el mismo orden de ideas de la pregunta anterior (¿Cómo considera usted que maneja navegadores de internet?) el conocimiento sobre las redes sociales se consideran óptimos, lo que se debe implementar son parámetros para el desarrollo idóneo en los procesos que lleva a cabo la organización.

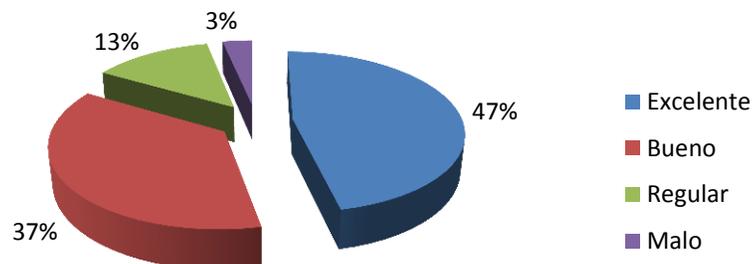
Pregunta N° 5: ¿Cómo considera usted que maneja herramientas ofimáticas (procesador de texto, calculo, presentaciones)?

Ítems	Personas	Porcentaje
Excelente	14	47%
Buena	11	37%
Regular	4	13%
Mala	1	3%

Gráfico N° 9:

¿Cómo considera usted que maneja herramientas ofimáticas (procesador de texto, calculo, presentaciones)?

Fuente: Cálculos Propios



Las herramientas ofimáticas son los procesadores de texto, presentaciones, cálculo, entre otros, que permiten al usuario realizar trabajos dependiendo de la materia a desarrollar. De acuerdo al cuestionario aplicado, se observa que catorce (14) empleados (47%) manejan de manera excelente estas herramientas, por otro lado once (11) empleados (37%) expresaron tener un buen manejo de las mismas, cuatro (04) empleados (13%) dicen tener un manejo regular y un (01) empleado (3%) aseguró no manejar las herramientas antes mencionadas.

Esto indica que de acuerdo a los resultados obtenidos, si se consolidan como herramientas básicas del proceso de comunicación en la institución, pueden tener un impacto positivo en la obtención, generación y transmisión de información clara, precisa, y sistemática en las mismas, ya que la mayoría de los encuestados aseguran de manera que manejan adecuada estas herramientas.

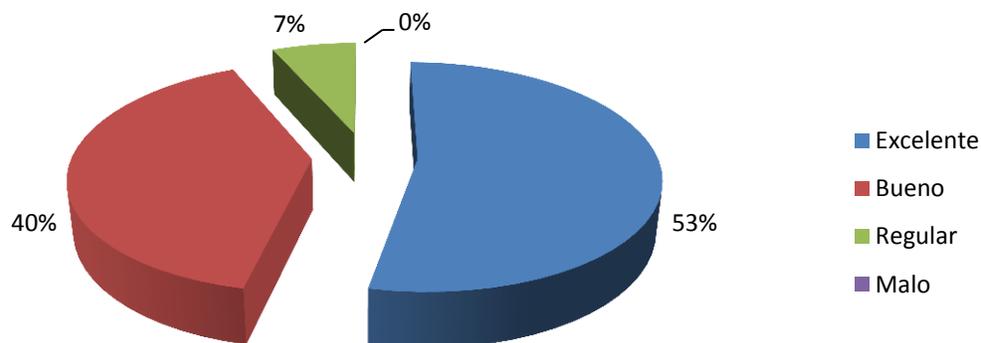
Pregunta N° 6: ¿Cómo considera usted que maneja buscadores de internet?

Ítems	Personas	Porcentaje
Excelente	16	53%
Buena	12	40%
Regular	2	7%
Mala	0	0%

Gráfico N° 10:

¿Cómo considera usted que maneja buscadores de internet?

Fuente: Cálculos Propios



Los buscadores de internet, son aquellas páginas que ayudan al usuario a encontrar de manera más rápida y fácil el tema de su interés. En la Procuraduría General de la República según la muestra tomada un 53% (16 empleados) señalaron manejar excelentemente los buscadores de internet, un 40% (12 empleados) aseguran tener un buen manejo de dichos buscadores y apenas un 07% (2 empleados) expresaron tener un manejo regular.

Es de hacer notar, que de acuerdo a los resultados, el manejo de las herramientas tecnológicas en este caso los buscadores de internet es del dominio de la mayoría de los empleados, lo que conlleva a considerar que existe una serie de conocimientos sobre el área de las TIC por ende los mismos simplificarán enormemente el desarrollo y ejecución del proceso de formación en comunicación digital.

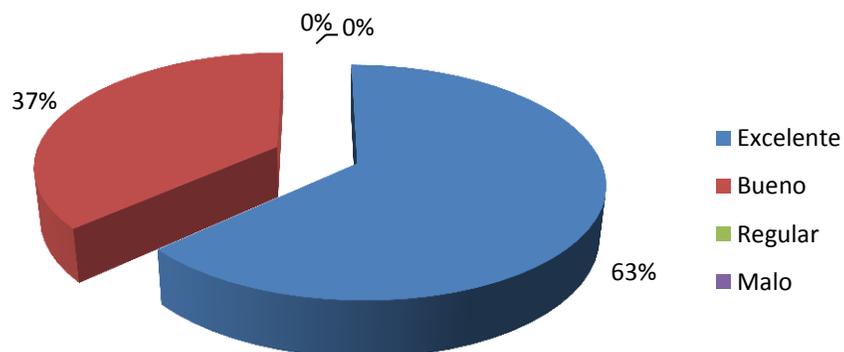
Pregunta N° 7: ¿Cómo considera usted que maneja el correo electrónico?

Ítems	Personas	Porcentaje
Excelente	19	63%
Buena	11	37%
Regular	0	0%
Mala	0	0%

Gráfico N° 11:

¿Cómo considera usted que maneja el correo electrónico?

Fuente: Cálculos Propios



El correo electrónico es una herramienta tecnológica que se utiliza para enviar y recibir mensajes vía internet. En este sentido los empleados se manifestaron de la siguiente manera: un 63% (19 empleados) opinan manejar excelente el correo electrónico y un 37% (11 empleados) expresaron poseer un buen manejo del mismo.

Estos resultados expresan la misma tendencia de las preguntas anteriores, puesto que ofrecen un impacto positivo para implementar el desarrollo de la comunicación digital como instrumento básico para el buen desempeño de la organización y el manejo oportuno y preciso de la información.

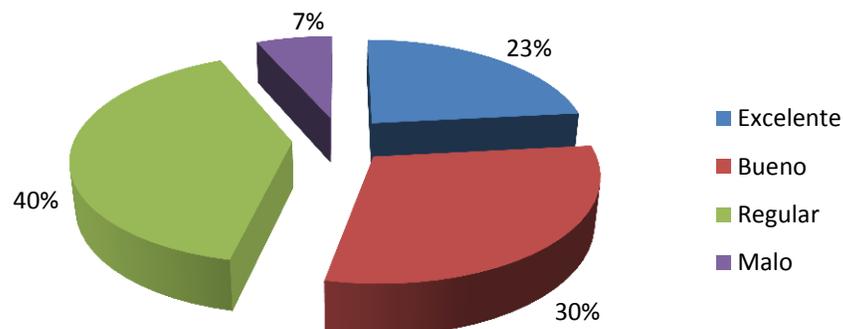
Pregunta N° 8: ¿Cómo considera usted que maneja herramientas de publicación y generación de información (blog)?

Ítems	Personas	Porcentaje
Excelente	07	23%
Buena	09	30%
Regular	12	40%
Mala	02	7%

Gráfico N° 12:

¿Cómo considera usted que maneja herramientas de publicación y generación de información (blog)?

Fuente: Cálculos Propios



Las herramientas de publicación y generación de información o también llamadas blogs, son páginas que como su nombre lo indica permite que el usuario genere información para los espectadores que siguen su manera de crear y publicar distintos tipos de información. En este caso, los resultados del cuestionario aplicado señalan que doce (12) empleados (40%) manejan de manera regular estas herramientas, nueve (09) empleados (30%)

tiene un buen manejo, siete (07) empleados (23%) manejan excelentemente dichas herramientas y dos (02) empleados (7%) no las saben manejar.

El manejo idóneo de estas páginas por parte de los empleados de la Procuraduría General de la República se encuentra en un nivel medio de acuerdo a los resultados obtenidos, el cual debe mejorarse para lograr usar los mismos como generadora de información actualizada y sistemática.

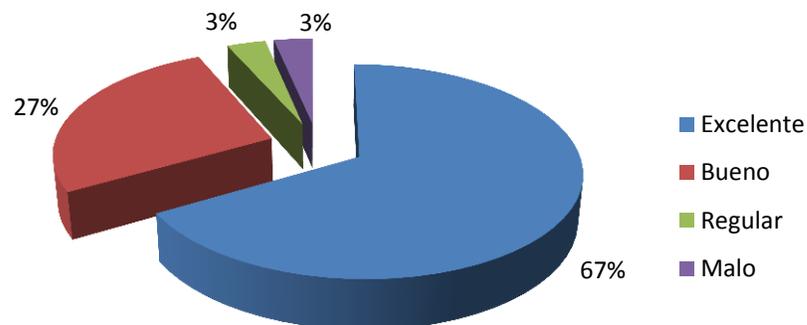
Pregunta N° 9: ¿Cómo considera usted que maneja la mensajería instantánea (chat)?

Ítems	Personas	Porcentaje
Excelente	20	67%
Buena	8	27%
Regular	1	3%
Mala	1	3%

Gráfico N° 12:

¿Cómo considera usted que maneja la mensajería instantánea (chat)?

Fuente: Cálculos Propios



La mensajería instantánea es una herramienta de comunicación informal y rápida, ya que permite a los usuarios interactuar en tiempo real a través de la red. En esta pregunta los encuestados respondieron de la siguiente manera, veinte (20) empleados (67%) manejan de manera excelente esta herramienta, ocho (08) empleados (27%) tienen un manejo

adecuado, un (01) empleado (3%) maneja de forma regular y un (01) empleado (3%) no maneja esta herramienta.

En este contexto, se verifica un impacto positivo y beneficioso para el intercambio de comunicación e información entre diferentes niveles de la institución que puede ayudar a la agilización de actividades y procesos.

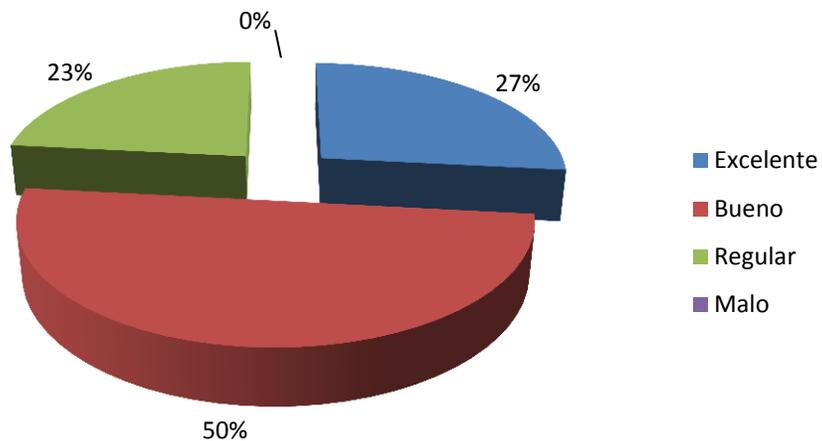
Pregunta N° 10: ¿Cómo es la comunicación digital en tu área de trabajo?

Ítems	Personas	Porcentaje
Excelente	8	27%
Buena	15	50%
Regular	7	23%
Mala	0	0%

Gráfico N° 13:

¿Cómo es la comunicación digital en tu área de trabajo?

Fuente: Cálculos Propios



La comunicación digital es aquella que se lleva a través de dispositivos tecnológicos. Es de esta manera como los encuestados se expresaron; un 50% (15 empleados) dijo que la comunicación digital es buena, un 27% (8 empleados) señaló tener una excelente comunicación

digital, mientras que 23% (7 empleados) dicen tener una comunicación digital regular.

De acuerdo a los resultados de las preguntas anteriores y relacionando los mismos con la comunicación digital en las institución, se infiere que existe, una gran mayoría (77%) que utilizará esta herramienta adecuadamente, sin embargo un veinte y tres por ciento (23%) no está orientado a usar frecuentemente como elemento básico para la generación y transmisión de información, lo que hace necesario una adecuado integración y formación de todo el personal para lograr con eficiencia y eficacia en el logro de los objetivos propuestos al utilizar la comunicación digital.

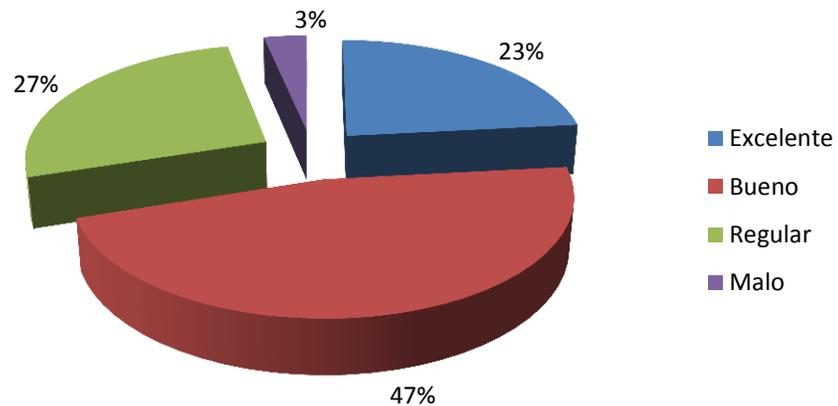
Pregunta N° 11: ¿Cómo es la comunicación analógica en tu área de trabajo?

Ítems	Personas	Porcentaje
Excelente	7	23%
Buena	14	47%
Regular	8	27%
Mala	1	3%

Gráfico N° 14:

¿Cómo es la comunicación analógica en tu área de trabajo?

Fuente: Cálculos Propios



La comunicación analógica es aquella no verbal que la persona interpreta de manera visual de acuerdo a su entorno cultural y educativo. En este sentido se observó que un 47% (14 empleados) tiene una buena comunicación analógica, un 27% (8 empleados) tiene este tipo de

comunicación de manera regular, un 23% (7 empleados) opinó tener la misma de manera excelente y un 3% (1 empleado) la considera mala.

De acuerdo a lo anterior, se deduce que la comunicación analógica es un complemento importante para el desarrollo integral del proceso comunicacional en la institución y su uso debe hacerse de acuerdo a lineamientos y parámetros que permitan interactuar idóneamente a los usuarios con los diferentes tipos de comunicación.

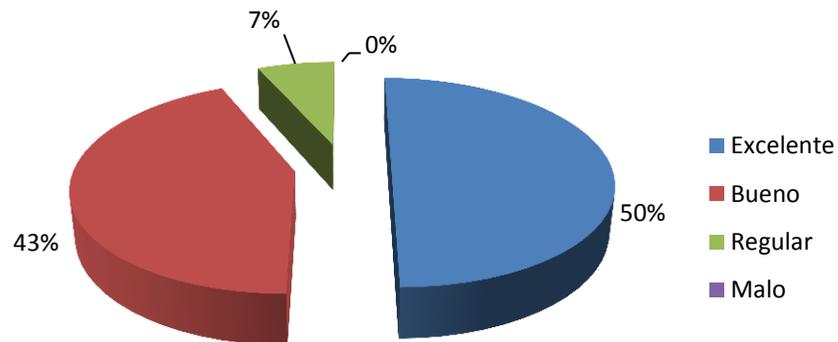
Pregunta N° 12: ¿Cómo es la comunicación personal en tu área de trabajo?

Ítems	Personas	Porcentaje
Excelente	15	50%
Buena	13	43%
Regular	2	7%
Mala	0	0%

Gráfico: 15:

¿Cómo es la comunicación personal en tu área de trabajo?

Fuente: Cálculos Propios



La comunicación personal es aquella que se lleva a cabo de manera presencial y ofrece la ventaja de un mayor intercambio de ideas y conocimientos en corto tiempo. En este orden de ideas quince (15) empleados (50%) opinan tener una comunicación personal excelente, trece (13) empleados (43%) expresaron tener una buena comunicación personal y solo dos (02) empleados (7%) dijeron tener dicha comunicación de manera regular.

Este tipo de comunicación, es imprescindible para establecer intercambios rápidos y precisos de información y lograr acuerdos y decisiones rápidas en consonancia a las necesidades y requerimientos de la organización que luego pueden ser transmitidos a través del uso óptimo de las herramientas digitales.

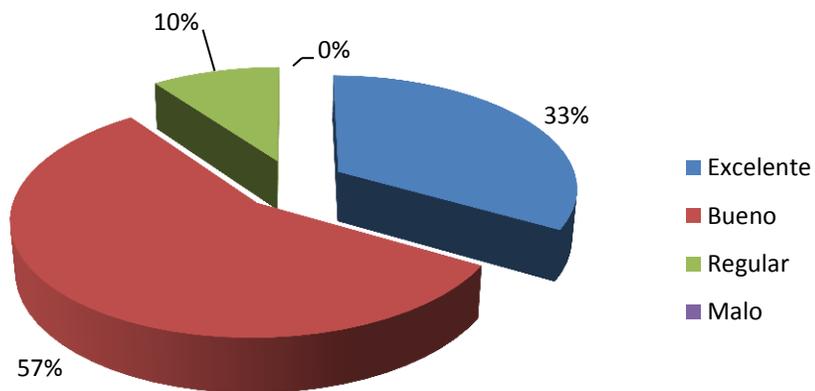
Pregunta N° 13: El nivel de eficacia en la comunicación laboral es

Ítems	Personas	Porcentaje
Excelente	10	33%
Buena	17	57%
Regular	03	10%
Mala	0	0%

Gráfico N° 16:

Nivel de eficacia en la comunicación laboral

Fuente: Cálculos Propios



La eficacia en la comunicación se enfoca en los resultados del proceso de acuerdo a los objetivos propuestos. En este sentido diecisiete (17) empleados (57%) señalaron que los resultados son buenos, diez (10) empleados (33%) opinan que los mismos tienen un nivel de eficacia

excelente, mientras que tres (03) empleados (10%) consideran que es regular.

Lo anteriormente expresado en los resultados obtenidos indica que el nivel de eficiencia en la organización es alto y por lo tanto la comunicación laboral cumple con las funciones y actividades previstas.

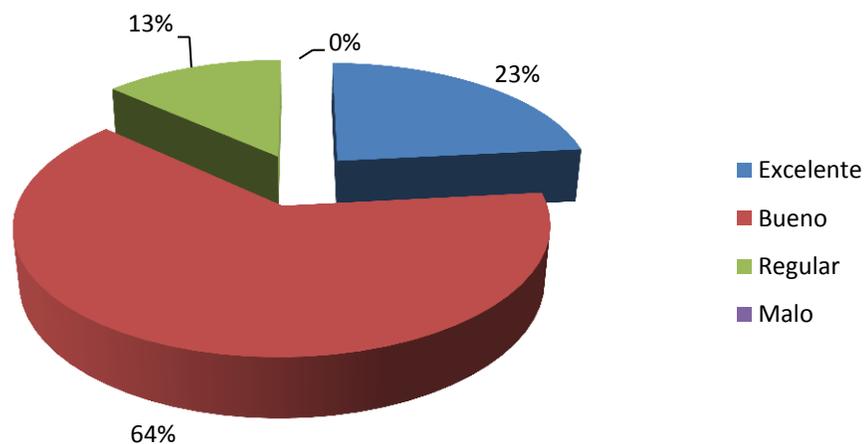
Pregunta N° 14: El nivel de claridad y precisión en la comunicación laboral es

Ítems	Personas	Porcentaje
Excelente	7	23%
Buena	19	63%
Regular	4	13%
Mala	0	0%

Gráfico N° 17:

El nivel de claridad y precisión en la comunicación laboral

Fuente: Cálculos Propios



La claridad y precisión a la hora de comunicarse se refiere a que el mensaje debe reflejar realmente lo que se desea expresar y hacerse justo a tiempo. En este caso los encuestados señalaron en un 63% (19 empleados) que la claridad y precisión es buena, un 23% (7 empleados) opina que el

mensaje llega de manera excelente, mientras que un 13% (4 empleados) opina que el mensaje en cuanto a claridad y precisión es regular.

En concordancia con los resultados de la pregunta anterior, en donde se señaló que el nivel de eficacia en la comunicación es alto, implica que para que se logre el mismo es necesario que exista claridad y precisión en dicho proceso, como lo indican los resultados de esta pregunta donde el ochenta y seis por ciento (86%) señaló un nivel entre excelente y bueno en estos ítems.

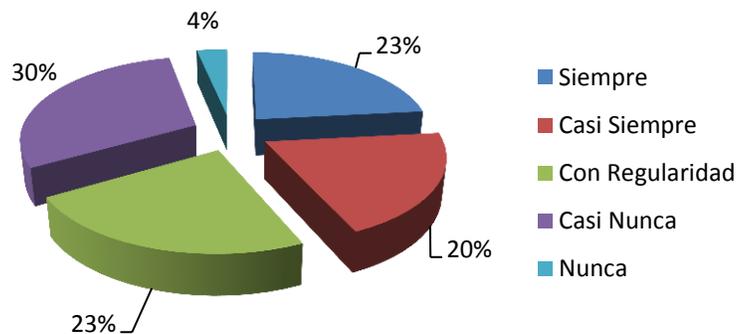
Pregunta N° 15: ¿Dentro de su área de trabajo la comunicación se presenta de manera analógica?

Ítems	Personas	Porcentaje
Siempre	7	23%
Casi Siempre	6	20%
Con Regularidad	7	23%
Casi Nunca	9	30%
Nunca	1	4%

Gráfico N° 18:

¿Dentro de su área de trabajo la comunicación se presenta de manera analógica?

Fuente: Cálculos Propios



De acuerdo a los resultados del instrumento se observó que el 30% (9 empleados) opina que la comunicación casi nunca se presenta de manera analógica, asimismo la comunicación analógica se presenta Siempre y Con Regularidad según el 23% (7 empleados) en cada caso, por el contrario un (1) empleado representando el 4% opinó que no se presenta dicha comunicación.

Es de hacer notar que los resultados presentan discordancia y contradicciones en sus respuestas, puesto que la comunicación analógica y su simbología no son de uso regular en los procesos comunicacionales, sino de manera puntual cuando por ejemplo se quieren transmitir información sobre los formatos y ubicación de ciertas estructuras (escaleras, baños, entre otros...) y señalización de distintos tipos dentro de la organización.

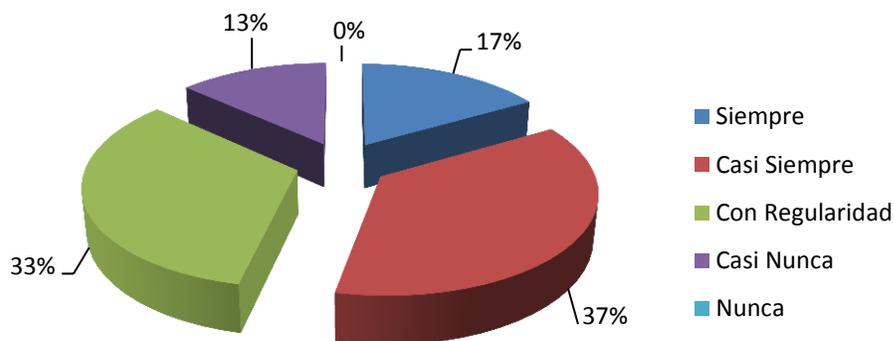
Pregunta N° 16: ¿Dentro de su área de trabajo la comunicación se presenta de manera digital?

Ítems	Personas	Porcentaje
Siempre	5	17%
Casi Siempre	11	37%
Con Regularidad	10	33%
Casi Nunca	4	13%
Nunca	0	0%

Gráfico N° 19:

¿Dentro de su área de trabajo la comunicación se presenta de manera digital?

Fuente: Cálculos Propios



De acuerdo a los encuestados 37%(11 empleados) y 33% (10 empleados) opinan que la comunicación digital se presenta casi siempre y con regularidad (en ese orden) en la organización, mientras que cinco (5) empleados (17%) señalan que se presenta de forma excelente, por otro lado cuatro (4) empleados opinan que esta no se presenta casi nunca, lo que indica que existe un alto porcentaje en comunicación digital.

Tomando en cuenta los resultados obtenidos, es bastante notorio el porcentaje de personas (46%) que a pesar de saber manejar las herramientas tecnológicas, no las implementan en su área de trabajo. Esto se debe principalmente a la falta de inducción y orientación sobre el uso de los mismos en beneficio de la organización.

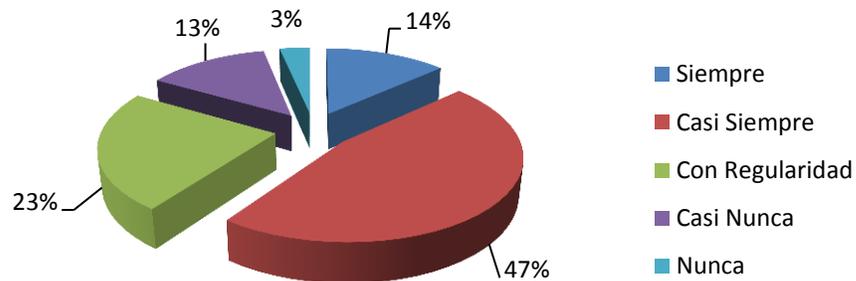
Pregunta N° 17: ¿En su área de trabajo se lleva una comunicación digital efectiva?

Ítems	Personas	Porcentaje
Siempre	4	13%
Casi Siempre	14	47%
Con Regularidad	7	23%
Casi Nunca	4	13%
Nunca	1	3%

Gráfico N° 20:

¿En su área de trabajo se lleva una comunicación digital efectiva?

Fuente: Cálculos Propios



Según los resultados observados la comunicación digital es efectiva para un 47% (14 empleados) casi siempre, mientras que para un 23% (7 empleados) es efectiva con regularidad, en este orden de ideas un 13% (4 empleados) consideran que siempre es efectiva y por el contrario otro 13% (4 empleados) opinan que casi nunca es efectiva dicha comunicación, asimismo el 3% (1 empleado) afirmó que nunca se da la comunicación digital efectivamente. Se observa que de acuerdo a los resultados de la pregunta anterior, aunque existe un alto porcentaje de comunicación digital la misma no se adecua a las necesidades y requerimientos de la organización.

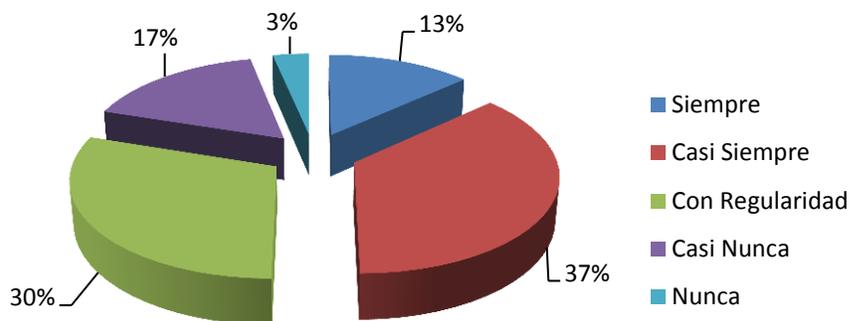
Pregunta N° 18: ¿En su área de trabajo se lleva una comunicación analógica efectiva?

Ítems	Personas	Porcentaje
Siempre	4	13%
Casi Siempre	11	37%
Con Regularidad	9	30%
Casi Nunca	5	17%
Nunca	1	3%

Gráfico N° 21:

¿En su área de trabajo se lleva una comunicación analógica efectiva?

Fuente: Cálculos Propios



Analizando los resultados del cuestionario, se observa que un 37% (11 empleados) señala que casi siempre la comunicación analógica es efectiva, mientras que un 30% (9 empleados) opina que con regularidad es efectiva, asimismo un 13% (4 empleados) dijo que siempre es efectiva, sin embargo un 17% (5 empleados) expresaron que casi nunca la misma es efectiva y un 3% (1 empleado) afirmó nunca tener una comunicación analógica efectiva.

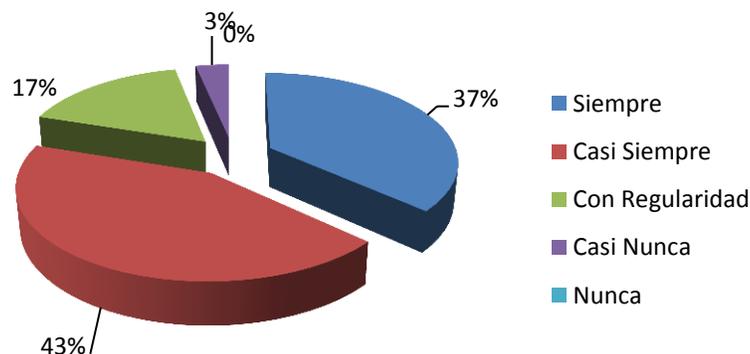
Pregunta N° 19: ¿En su área de trabajo se lleva una comunicación personal efectiva?

Ítems	Personas	Porcentaje
Siempre	11	37%
Casi Siempre	13	43%
Con Regularidad	5	17%
Casi Nunca	1	3%
Nunca	0	0%

Gráfico N° 22:

¿En su área de trabajo se lleva una comunicación personal efectiva?

Fuente: Cálculos Propios



Según los resultados, 43% (13 empleados) afirmó que la comunicación personal casi siempre es efectiva, igualmente un 37% (11 empleados) señaló que siempre se da efectivamente la comunicación personal, mientras que un 17% (5 empleados) opinan tener este tipo de comunicación efectiva con regularidad y un 3% (1 empleado) dijo que casi nunca se la comunicación personal de manera efectiva. De acuerdo a los resultados se observa un alto nivel en el proceso de comunicación personal.

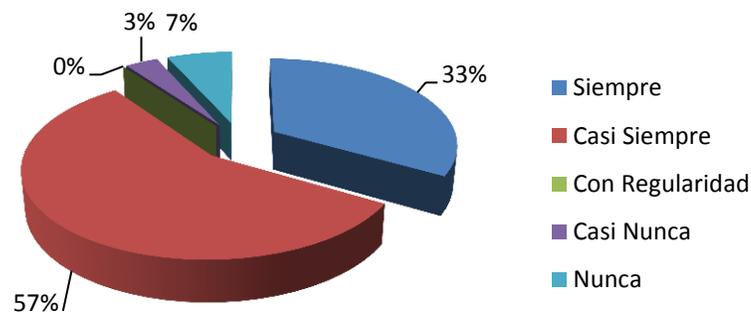
Pregunta N° 20: ¿Dentro de tu área de trabajo las comunicaciones escritas a través de medios físicos (memorando y oficios de otras instituciones) llegan de manera rápida y eficaz (0-2 días de ser emitidos)?

Ítems	Personas	Porcentaje
Siempre	10	30%
Casi Siempre	17	57%
Con Regularidad	0	0%
Casi Nunca	1	3%
Nunca	2	7%

Gráfico N° 23:

¿Dentro de tu área de trabajo las comunicaciones escritas a través de medios físicos (memorando y oficios de otras instituciones) llegan de manera rápida y eficaz (0-2 días de ser emitidos)?

Fuente: Cálculos Propios



De acuerdo a los resultados obtenidos referidos a las comunicaciones escritas, se observó que un 57% (17 empleados) opinaron que casi siempre las comunicaciones llegan de manera rápida y eficaz, un 30% (10 empleados)

señaló que siempre llega rápida y eficazmente, por el contrario un 7% expresó que nunca llega las comunicaciones de acuerdo a lo estipulado y un 3% (01 empleado) dijo que casi nunca llegan en el tiempo requerido. Por lo que se deduce que según los resultados las comunicaciones físicas circulan de manera adecuada en casi todos los departamentos estudios de la investigación.

.

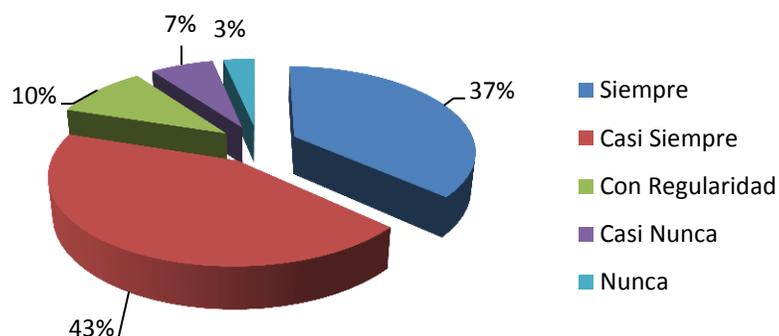
Pregunta N° 21: ¿Dentro de tu área de trabajo las comunicaciones escritas a través de medios digitales (memorando y oficios de otras instituciones) llegan de manera rápida y eficaz (0-2 días de ser emitidos)?

Ítems	Personas	Porcentaje
Siempre	11	37%
Casi Siempre	13	43%
Con Regularidad	3	10%
Casi Nunca	2	7%
Nunca	1	3%

Gráfico N° 24

¿Dentro de tu área de trabajo las comunicaciones escritas a través de medios digitales (memorando y oficios de otras instituciones) llegan de manera rápida y eficaz (0-2 día de ser emitidos)?

Fuente: Cálculos Propios



En este caso, la pregunta va dirigida a las comunicaciones enviadas a través de medios digitales, por lo tanto se obtuvieron los siguientes resultados, un 43% (13 empleados) opinaron que casi siempre llega rápida y eficazmente, asimismo un 37% (13 empleados) aseguraron que dichas comunicaciones siempre llegan en el tiempo estimado, por otro lado un 10%

(3 empleados) dijeron que estas comunicaciones digitales llegan con regularidad de 0 a 2 días de ser emitidos, un 7% (2 empleados) expresaron que casi nunca llegan y un 3% (1 empleado) dijo que nunca llegan rápida y eficazmente.

Se deduce que la capacidad de penetración y accesibilidad de la comunicación digital es la principal ventaja en la obtención de los resultados obtenidos, lo que conlleva a privilegiar este tipo de comunicación, debido a su eficacia para la tramitación de información a cualquier lugar y en cualquier momento en tiempo real.

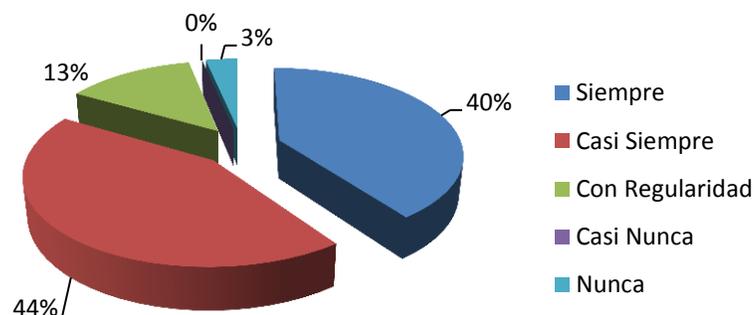
Pregunta N° 22: ¿Si existiera en su totalidad la comunicación digital dentro de la Procuraduría General de la República crees que se llevará eficientemente la comunicación?

Ítems	Personas	Porcentaje
Siempre	12	40%
Casi Siempre	13	44%
Con Regularidad	4	13%
Casi Nunca	0	0%
Nunca	1	3%

Gráfico N° 25:

¿Si existiera en su totalidad la comunicación digital dentro de la Procuraduría General de la República crees que se llevará eficientemente la comunicación?

Fuente: Cálculos Propios



Los resultados obtenidos expresan lo siguiente, trece (13) empleados (44%) opinaron que la comunicación digital siempre va a generar la eficiencia en dicho proceso, doce (12) empleados (40%) afirmó que casi siempre se generará esta ventaja, cuatro (4) empleados (13%) dijeron que con

regularidad se llevara un proceso eficiente, mientras que un (1) empleado (3%) opino que nunca habrá un proceso eficiente si se lleva de manera digital.

Según lo expresado por la mayoría, la comunicación digital es visualizada en la organización como un factor importante en el proceso comunicacional y de generación de información. Estas opiniones podrían derivarse de las ventajas que ofrece la misma y que fueron mencionadas en la pregunta anterior.

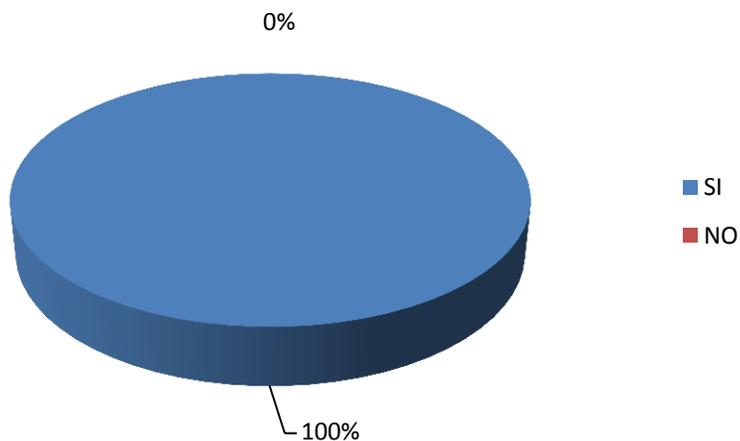
Pregunta N° 23: ¿Cree usted que la comunicación digital sea útil para la disminución de tiempos de espera y aumento de productividad en la organización?

Ítems	Personas	Porcentaje
Si	30	100%
No	0	0%

Gráfico N° 26:

¿Cree usted que la comunicación digital sea útil para la disminución de tiempos de espera y aumento de productividad en la organización?

Fuente: Cálculos Propios



La totalidad de los encuestados expresó que la comunicación digital aumentará la productividad, refiriéndose a la disminución de tiempos de espera.

Tomando en cuenta las respuestas de las preguntas 21 y 22 y vinculándolas con la presente, la totalidad de la muestra asegura que

consideran de manera positiva la aplicación de la comunicación digital dentro de la institución. Las ventajas que ofrece se aplican también para la disminución de los tiempos de espera, aumento de la productividad y su impacto siempre será positivo en el desarrollo de los diferentes procesos, debido a que el manejo de información oportuna, veraz, de manera rápida y precisa es un aporte significativo al funcionamiento de la misma.

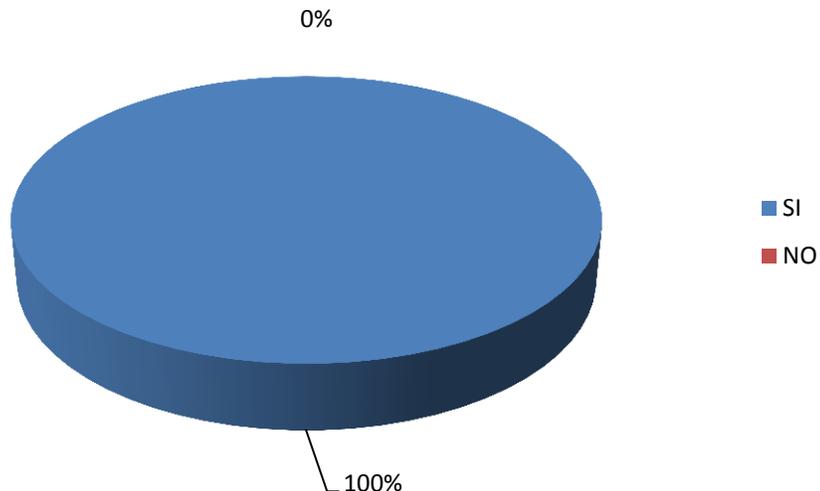
Pregunta N° 24: ¿Cree usted que la formación en Comunicación Digital originará ventajas en la organización?

Ítems	Personas	Porcentaje
Si	30	100%
No	0	0%

Gráfico N° 27:

¿Cree usted que la formación en Comunicación Digital originará ventajas en la organización?

Fuente: Cálculos Propios



Asimismo, los encuestados en su totalidad afirman que la comunicación digital originará ventajas en la organización, porque se supone que contarán con herramientas claras y precisas que los ayuden a visualizar el proceso de acuerdo a las necesidades y requerimientos a la Procuraduría General de la República.

De acuerdo a lo anterior, la formación en comunicación digital permitirá direccionar el proceso en concordancia a las necesidades y requerimientos de la organización tomando como base la estructura de la misma, las diferentes gerencias, departamentos y coordinaciones existentes, logrando agilizar la circulación de la información a todos los niveles de la institución

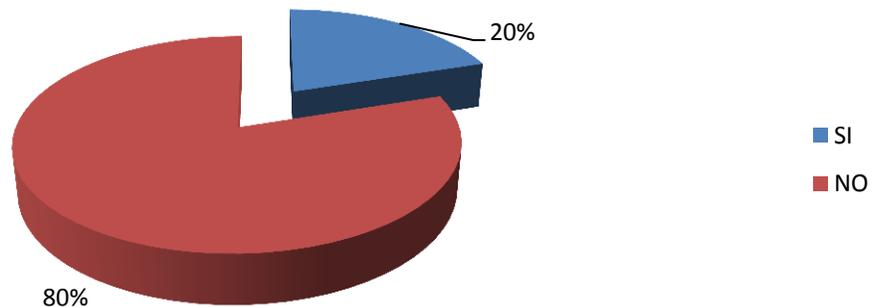
Pregunta N° 25: ¿Usted como empleado de la Institución recibió alguna vez formación acreditada (taller, foro, curso, charla, conferencia, entre otros...) sobre la comunicación digital?

Ítems	Personas	Porcentaje
Si	6	20%
No	24	80%

Gráfico N° 28:

¿Usted como empleado de la Institución recibió alguna vez formación acreditada (taller, foro, curso, charla, conferencia, entre otros...) sobre la comunicación digital?

Fuente: Cálculos Propios



Un 80% (24 empleados) de los encuestados manifestó no haber recibido formación acreditada referente a la comunicación digital en la organización, por otro lado un 20% (6 empleados) expresaron si haber tenido este tipo de formación.

Los porcentajes obtenidos en esta pregunta revelan una debilidad organizativa y administrativa que afecta directamente al funcionamiento de la organización, debido a que se ha descuidado la formación en un proceso vital en la misma como es la comunicación, ya que la misma representa un eje transversal que recorre todos los niveles de la institución, siendo la información un elemento clave para el desarrollo de cualquier actividad en la misma y esta solo se obtiene si existe un buen proceso de comunicación y los empleados preparados para ejecutarlo.

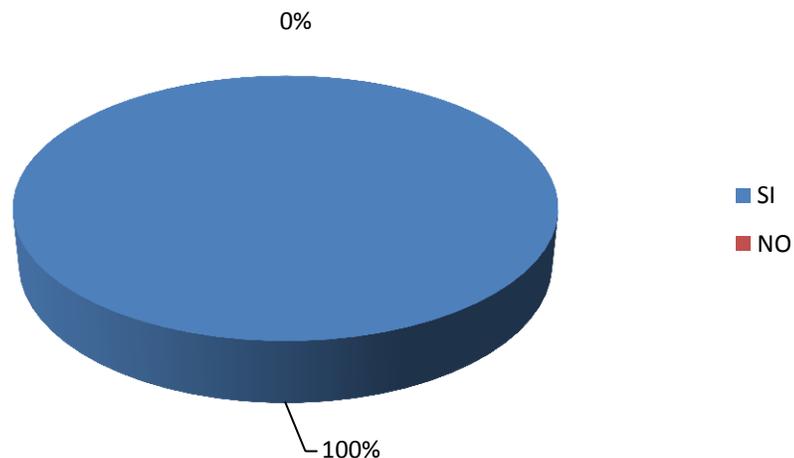
Pregunta N° 26: ¿Le gustaría tener formación sobre la comunicación digital y sus ventajas?

Ítems	Personas	Porcentaje
Si	30	100%
No	0	0%

Gráfico N° 29:

¿Le gustaría tener formación sobre la comunicación digital y sus ventajas?

Fuente: Cálculos Propios



De acuerdo a lo observado en esta pregunta, la totalidad de los encuestados expresan su interés y motivación por recibir formación referente a la comunicación digital en la organización., vinculando su respuesta con lo expresado en la pregunta n° 24 sobre las ventajas de la comunicación digital.

Los empleados consideran que la misma le permitirá sistematizar y seguir fomentando sus conocimientos previos, conllevando a su desarrollo personal y profesional, en beneficio de la organización, debido a que la preparación obtenida permiten optimizar adecuadamente el uso de los canales de comunicación existentes, priorizar la información y manejarla de acuerdo a los requerimientos de la organización, la consecución de los objetivos, entre otros factores.

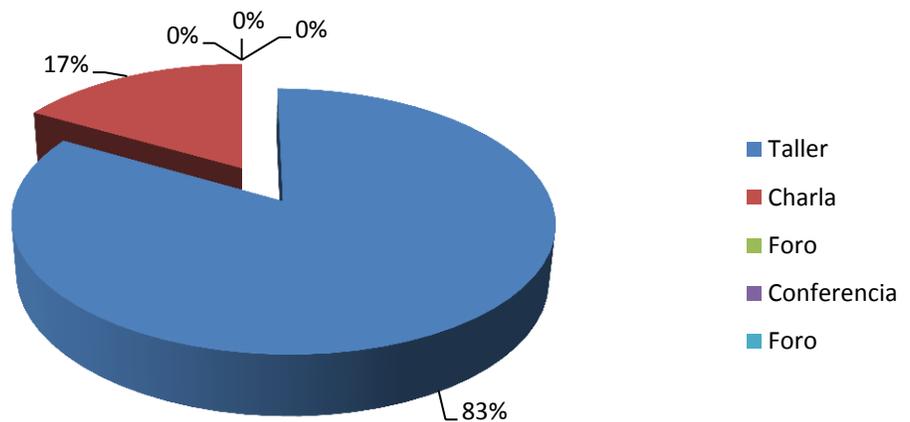
Pregunta N° 27: ¿Qué tipo de formación acreditada recibió?

Ítems	Personas	Porcentaje
Taller	5	17%
Charla	1	3%
Foro	0	0%
Conferencia	0	0%
Otros	0	0%

Gráfica N° 30:

¿Qué tipo de formación acreditada recibió?

Fuente: Cálculos Propios



Basado en que solo 6 empleados (20%) de la muestra tomada, recibió formación acreditada en la organización, en esta pregunta de ese porcentaje, opinaron que cinco (83%) de ellos recibieron la misma mediante un taller,

mientras que el restante, es decir, un empleado (17%) expresó haberlo recibido en una charla.

Por lo tanto, se deduce que la formación a la que hacen referencia los empleados no se realizó para responder a las necesidades globales de la institución, puesto que se entiende que no llegó a la mayoría de los empleados con el objetivo de integrar y formar a todos los empleados por igual.

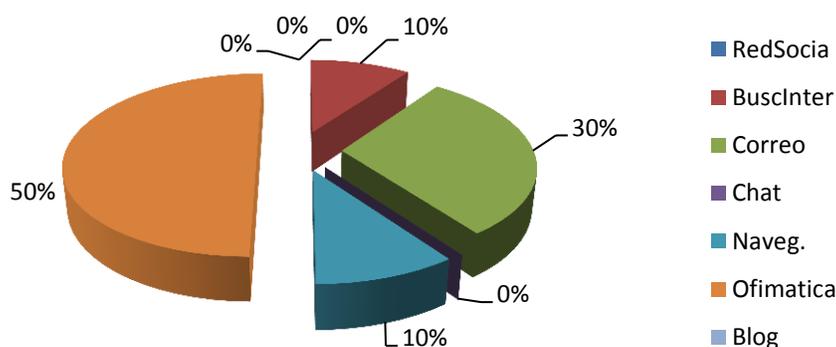
Pregunta N° 28: ¿En qué área recibió formación?

Ítems	Personas	Porcentaje
Redes Sociales	0	0%
Buscadores de Internet	1	10%
Correo Electrónico	3	30%
Mensajería Instantánea	0	0%
Navegadores de Internet	1	10%
Herramientas Ofimáticas	5	50%
Herramientas para publicación de Información (Blog)	0	0%
Otros	0	0%

Gráfico N° 31:

¿En qué área recibió formación?

Fuente: Cálculos Propios



En este caso, los encuestados respondieron haber recibido formación en una o varias categorías, entre las cuales las más relevantes fueron, herramientas ofimáticas con un 50% del porcentaje total, luego sigue el

correo electrónico con un 30% y con un 10% están tanto los buscadores como los navegadores de internet.

A pesar de que se observa que las personas que adquirieron formación en la institución fueron muy pocas, se deduce que esta se realizó de manera muy básica, puesto que con los resultados obtenidos se constató que falta profundizar temas que son importantes a la hora de manejar la comunicación digital.

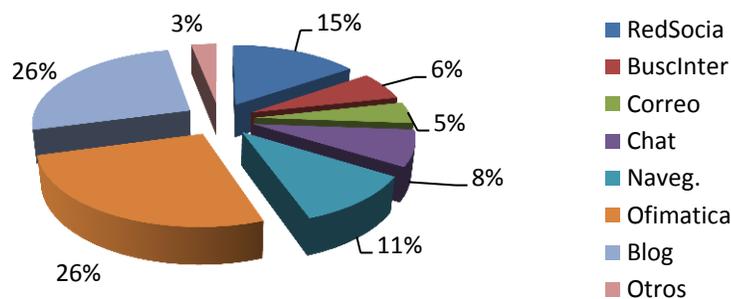
Pregunta N° 29: ¿En qué área le gustaría recibir formación?

Ítems	Personas	Porcentaje
Redes Sociales	10	15%
Buscadores de Internet	4	6%
Correo Electrónico	3	5%
Mensajería Instantánea	5	8%
Navegadores de Internet	7	11%
Herramientas Ofimáticas	17	26%
Herramientas para publicación de Información (Blog)	17	26%
Otros	2	3%

Gráfico N° 32:

¿En qué área le gustaría recibir formación?

Fuente: Cálculos Propios



Los encuestados igualmente respondieron esta pregunta según la (s) categoría (s) que están interesados en recibir formación, siendo las más relevantes con un 26% las herramientas ofimáticas y las herramientas de publicación de información, le siguen con un 15% las redes sociales, luego

con un 11% los navegadores de internet, 8% la mensajería instantánea, un 6% los buscadores de internet un 5% el correo electrónico y un 3% otras categorías.

Vinculando directamente la respuesta de la pregunta 26 en la cual, todos los empleados expresaron su motivación e interés en recibir formación en comunicación digital, en esta pregunta describen las áreas en las cuales el interés de cada empleado predomina, tomando en cuenta que todas ellas se categorizan de manera relevante en sus opiniones, lo que indica que la realización de un taller debe involucrar y aceptar el criterio de todos los empleados, para su desarrollo integral.

ANÁLISIS GENERAL DE LOS RESULTADOS

De acuerdo a los resultados obtenidos de las preguntas del cuestionario y relacionándolos directamente con las dimensiones de la investigación se verificó que:

La mayoría de los empleados de la Procuraduría General de la República cuentan con las herramientas necesarias para conocer, relacionar e interactuar de manera idónea con la comunicación digital, lo que no se evidencia dentro de la organización, es un modelo sistemático y claro que visualice la forma y contenido en que debe realizarse dicho proceso de acuerdo a las necesidades y requerimientos de la institución.

Asimismo, cuentan con las habilidades y destrezas necesarias para el manejo de los equipos y herramientas tecnológicas, así como la capacidad y disposición para actualizar el proceso, a fin de mejorar el funcionamiento de la institución y su crecimiento profesional, lo que ayuda de manera eficiente en la planificación y organización del taller de comunicación digital, siendo el mismo factible debido a que se cuenta con los recursos necesarios para su implementación.

Además se evidenció el interés y motivación para recibir formación en todas las áreas que conforman la comunicación digital, lo que permite deducir que el diseño del taller debe incluir los ítems relacionados con este proceso, a fin de lograr un conocimiento integral y objetivo que reconozca y visualice la importancia del mismo para la mejora de la eficiencia, eficacia y productividad de la institución.

Por último, es importante destacar que la formación del talento humano en cualquier organización debe ser de una prioridad, más aún,

cuando se refiere a procesos y actividades que son de importancia capital en su funcionamiento como lo es la comunicación digital, ya que a través de ella se generan los enlaces que permiten actualizar y mejorar la información para optimizar actividades como la toma de decisiones, revisión de objetivos, misión, visión de la institución, entre otros.

5.- LA PROPUESTA

A continuación de acuerdo a los resultados de la investigación, las necesidades y requerimientos de la institución y uno de los objetivos específicos de este trabajo de grado, se propone el taller de comunicación digital en las organizaciones, el cual fue analizado y validado por tres (3) expertos, con el fin de verificar si cumplía con las condiciones y requisitos necesarios para su posterior aplicación, es importante destacar que dichos expertos dieron su aprobación para el desarrollo e implementación de dicho taller.

Taller de “Comunicación Digital en las Organizaciones”

5.1. Diseño Instruccional del Taller

- **Análisis:** Uno de los principales problemas de la Procuraduría General de la República es la poca celeridad de la comunicación en cuanto al envío de memorando y correspondencia, es por ello que se quiere implementar el área de formación en comunicación digital, puesto que así sería de manera más efectiva y rápida el proceso de comunicación y no se perderían horas laborales para realizar las actividades establecidas.

- **Diseño:** Lo que se pretende con esta actualización de comunicación, es crear un área de formación para los trabajadores (as) de la institución, por lo que se propone dictar un taller en donde se pueda capacitar al personal para que los participantes empiecen a sumergirse en el tema de la comunicación digital en la institución, el cual se llevará a cabo dentro del organismo y estará dividido en dos partes, la teórica-práctica que se desarrollará en el salón de usos múltiples, y la práctica que se llevará a cabo en el área de tecnología, puesto que se necesitan equipos tecnológicos para poder desarrollar los temas a tratarse.

La población a formarse en el área es el personal administrativo de las siguientes áreas pertenecientes a la Procuraduría General de la República Bolivariana de Venezuela:

- Despacho del Procurador General de la República.
- Gerencia de Recursos Humanos.
- Gerencia de Tecnología y Sistemas.
- Coordinación de Correspondencia.
- Comunicación Corporativa.

Para implementar esta área de formación los temas a tratar en dicha capacitación son:

- La Web 2.0
- Internet
- Manejo de herramientas ofimáticas.

5.2. Objetivos del taller:

Objetivo General

- Aplicar un taller de formación en comunicación digital para los trabajadores (as) de la Procuraduría General de la República Bolivariana de Venezuela, en las áreas de: 1) Despacho del Procurador General de la República, 2) Gerencia de Recursos Humanos, 3) Gerencia de Tecnología y Sistemas., 4) Coordinación de Correspondencia y 5) Gerencia de Comunicación Corporativa.

Objetivos Específicos

- Propiciar el uso de la comunicación digital, características e importancia en las organizaciones.

- Facilitar el uso de las herramientas e instrumentos tecnológicos utilizados comúnmente en la comunicación digital en las organizaciones.
- Desarrollar el uso práctico de estas herramientas en un modelo enfocado a los objetivos de la organización.
- Evaluar el modelo desarrollado de acuerdo a las necesidades y requerimientos de la Procuraduría General de la República.

5.3. Contenido del Taller:

Primera Parte (Teórica-Práctica)

Esta fase del taller consiste en involucrar a los participantes en la parte teórico-práctica del proceso educativo, pues es aquí donde se darán todas las definiciones y evolución de la comunicación digital.

1. Introducción al taller: proceso comunicacional en las organizaciones
2. Definición de Comunicación Digital
3. Características e Importancia de la Comunicación Digital
4. Ventajas de la Comunicación Digital
5. Herramientas Tecnológicas:
 - 5.1. Internet
 - Características.
 - Buscadores y navegadores de internet.
 - Herramientas (Correo Electrónico/ Mensajería Instantánea).
 - Posibilidades y desventajas en las organizaciones.
 - 5.2. Web 2.0
 - Definición
 - Características
 - Herramientas y aplicaciones

-Redes Sociales (Tipos)

-Ventajas y Desventajas en las organizaciones.

- 5.3.** Herramientas Ofimáticas Herramientas para publicación de Información (Blog).

Segunda Parte (Práctica)

La parte práctica del taller consiste en que los participantes deberán aplicar los conocimientos adquiridos en la fase inicial, realizando el uso adecuado de las herramientas tecnológicas, en un laboratorio.

1. Uso práctico de las herramientas tecnológicas. Desarrollo del modelo comunicacional para la Procuraduría General de la República.
2. Evaluación del modelo propuesto de acuerdo a las necesidades y requerimientos.

5.4 Conductas de Entrada

El taller estará dirigido a:

1. Profesionales, empleados en la Procuraduría General de la República Bolivariana de Venezuela, en las siguientes áreas: 1) Despacho del Procurador General de la República, 2) Gerencia de Recursos Humanos, 3) Gerencia de Tecnología y Sistemas., 4) Coordinación de Correspondencia y 5) Gerencia de Comunicación Corporativa.

Asimismo el participante deberá:

2. tener un dominio general de: la computadora, internet y las redes sociales.
3. Tener un correo institucional, de la Procuraduría General de la República.

5.5 Competencias

De acuerdo al diseño instruccional y los objetivos específicos del taller el participante al finalizar el mismo deberá:

- Analizar el significado, ventajas e importancia de la comunicación digital como proceso dentro de las organizaciones.
- Aplicar las herramientas tecnológicas como base principal para la comunicación digital y su contribución a la eficiencia en la transmisión y seguimiento de la información.
- Contextualizar el modelo de comunicación digital dentro de la Procuraduría General de la República para priorizar la efectividad de las comunicaciones en la misma, considerando las posibilidades de las herramientas tecnológicas dentro de las organizaciones.

5.6. Modelo Andragógico

La teoría y la praxis Andragógica (Universidad Nacional Experimental Simón Rodríguez, 2010) promueven el desarrollo de un ser humano capacitado y sensibilizado a los cambios que demanda el mundo postmoderno.

Es por ello que el aprendizaje desde el punto de vista andragógico corresponde a un paradigma en el cual el proceso se transforma en una interacción de iguales donde el guía orienta al que aprende, y facilita la información que el usuario utilizará para enriquecer su experiencia en una actividad determinada. Se trata entonces, de una relación de orientación-aprendizaje.

De esta relación orientación-aprendizaje surgen dos roles principales: el del facilitador, cuya función primordial es, orientar, ayudar, facilitar los procesos que tienen lugar en quien realiza un aprendizaje para destacar su valor como ente orientador del proceso de aprendizaje. Se enuncia a

continuación el perfil del mismo:

El Facilitador

- Estimula el desarrollo, pro actividad y el sentido de autogestión en el participante, en lo que respecta al proceso de aprendizaje y crecimiento personal.
- Su desempeño profesional, estimula en el participante, el espíritu analítico, crítico y creativo, para la transformación y mejoramiento de su entorno.
- Establece una relación horizontal con el participante, es decir, están en el mismo plano de interacción.

El Participante

- Participa en el proceso de aprendizaje como un agente activo en el cual se encuentra involucrado.
- Es un sujeto activo en la dinámica universitaria, en el ejercicio de sus deberes y goce de sus derechos y el respecto colectivo.
- Su opinión es válida y se le respeta en un contexto de discusión de la colectividad universitaria.
- En ambos procesos, entre los participantes así como por separado, se evaluarán las actividades relacionadas con los equipo de Trabajo, grupo de discusión y trabajo de investigación; para ello, se ha concebido el "Aspecto de Valoración": La auto evaluación.

5.7. Estrategias Didácticas

En correlación con el modelo andragógico y la filosofía del mismo se proponen las estrategias didácticas, las cuales permitirán lograr los objetivos terminales del taller. Las mismas están sujetas a cambios y correcciones de

acuerdo a los aportes y visión de los participantes con mutuo acuerdo del facilitador.

1. A través de la técnica de conversatorios y en concordancia con el modelo de autogestión, la discusión teórica del contenido curricular, para ello:
 - Los participantes deberán estar preparados sobre las teorías de la unidad en discusión y expresar sus ideas y opiniones sobre el mismo.
 - El facilitador servirá como guía y coordinador de la técnica, aplicando presentaciones didácticas, formulación de preguntas intercaladas, asimismo se implementará discusiones guiadas, con imágenes y refiriéndose a los objetivos del proceso de investigación.
2. Se mostrará un video relacionado con la comunicación digital y las ventajas que ésta trae para las organizaciones para que los participantes tengan una visión clara del porque priorizar este proceso de comunicación, para luego hacer un análisis del mismo con la orientación del facilitador.

El video seleccionado fue extraído de internet, específicamente de la aplicación youtube y se denomina “Comunicación interna 2.0.wmv” (2010), en el mismo se concibe la web 2.0 como instrumento que invita a reinventar los procesos de comunicación en términos de accesibilidad, espacio físico, participación y conocimiento, además sus herramientas conllevan a una nueva serie de relaciones en donde el usuario se convierte en un creador de contenidos. Dicho video tienen una duración de cinco (5) minutos con veinte (20) segundos.

3. Se realizarán sesiones de práctica de comunicación digital enfocadas al desarrollo del proceso en la organización y su manejo eficiente de

acuerdo a los principios teóricos explicados al principio del taller.

4. Se conformarán cuatro (4) equipos de cinco (5) participantes, quienes deben elaborar un modelo de comunicación digital, para exponerlo simulando el proceso del mismo y sus fases, este proceso se desarrollará en seis (7) horas académicas.

Por último, para retroalimentar el proceso enseñanza-aprendizaje cada participante plasmará por escrito mediante un formato digital, las impresiones, opiniones y reflexiones sobre el contenido curricular, el facilitador, las estrategias didácticas, para la mejora y actualización del área de formación creada, de esta manera es como los participantes podrán evaluar de manera formativa el proceso de aprendizaje implementado.

Planificación del Taller

Competencias	Contenido	Actividades	Recursos	Tiempo	Sesiones
<p>-Analizar el significado, ventajas e importancia de la comunicación digital como proceso dentro de las organizaciones.</p> <p>-Aplicar las herramientas tecnológicas como base principal para la comunicación digital y su contribución a la eficiencia en la transmisión y seguimiento de la información.</p> <p>-Contextualizar el modelo de comunicación digital dentro de la Procuraduría General de la República para priorizar la efectividad de las comunicaciones en la misma, considerando las posibilidades de las herramientas tecnológicas dentro de las organizaciones.</p>	<p>Introducción al taller: Proceso comunicacional en las organizaciones</p>	<p>Bienvenida y presentación didáctica introductoria</p>	<p>Computadora Video Beam</p>	<p>80 minutos</p>	<p>Primera Sesión</p>
	<p>Comunicación Digital</p> <p>-Definición</p> <p>Características e Importancia</p> <p>-Ventajas</p>	<p>-Presentación didáctica.</p> <p>-Proyección de video de Comunicación Digital</p> <p>-Explicación de contenido</p>	<p>Computadora Video Beam Pizarra Acrílica Marcadores Borrador</p>	<p>Receso de 20 minutos</p>	
				<p>80 minutos</p>	
	<p>Herramientas Tecnológicas:</p> <p>-Internet</p> <p>-Características.</p> <p>-Buscadores y navegadores de internet.</p>	<p>-Discusión Guiada</p> <p>-Explicación de Contenido.</p> <p>-Presentación didáctica</p> <p>-Preguntas Intercaladas</p>	<p>Computadora Video Beam Pizarra Acrílica Marcadores Borrador</p>	<p>80 minutos</p>	<p>Segunda Sesión</p>
	<p>-Herramientas (Correo Electrónico/ Mensajería Instantánea).</p> <p>-Posibilidades y desventajas en las organizaciones.</p>			<p>Receso de 20 minutos</p>	
				<p>80 minutos</p>	

	<p>Web 2.0</p> <ul style="list-style-type: none"> -Definición -Características -Herramientas y aplicaciones. -Herramientas para publicación de Información (Blog). -Redes Sociales (Tipos) -Ventajas y Desventajas en las organizaciones. 	<p>-Presentación didáctica- Proyección de video sobre manejo de la Web 2.0.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Imágenes y discusión de las mismas. -Preguntas Intercaladas 	<p>Computadora Video Beam Pizarra Acrílica Marcadores Borrador</p>	<p>80 minutos</p>	Tercera Sesión
		<p>-Preguntas Intercaladas -Explicación del contenido mediante presentaciones didácticas.</p>	<p>Computadora Video Beam Pizarra Acrílica Marcadores Borrador</p>	<p>Receso de 20 minutos</p>	
	<p>Herramientas Ofimáticas</p>			<p>80 minutos</p>	
	<p>Aplicación de todo el contenido teórico en la practica</p>	<p>Explicación y dudas sobre la creación del modelo de comunicación digital</p>	<p>Computadora Video Beam</p>	<p>45 minutos</p>	Cuarta Sesión
				<p>Receso de 20 minutos</p>	
				<p>80 minutos</p>	
		<p>Presentación de los modelos de comunicación digital</p>	<p>Computadora Video Beam</p>	<p>80 minutos</p>	Quinta Sesión
				<p>Receso de 20 minutos</p>	
				<p>80 minutos</p>	

Fuente: Elaboración Propia

6.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1.- Conclusiones

Se presentan a continuación las conclusiones finales del trabajo de investigación de acuerdo a los objetivos específicos y a los resultados obtenidos mediante la aplicación del instrumento de recolección de datos:

En cuanto al primer objetivo, relativo a diagnosticar cómo se establece la comunicación digital en la Procuraduría General de la República, es de hacer notar, que la comunicación digital y la personal son las más utilizadas tanto en el área laboral como interdepartamental. Asimismo, los empleados manejan tanto internet como las redes sociales de manera constante y adecuada, así como las herramientas ofimáticas, los buscadores y navegadores de internet, el correo electrónico y la mensajería instantánea, solo existe debilidades en el manejo de los blogs.

Pero en cuanto a la comunicación digital y el resultado global de su manejo en la organización no se ajusta a los conocimientos que tiene la mayoría de los empleados, debido a que no están orientados y focalizados adecuadamente para permitir visualizar y desarrollar todos los conocimientos en concordancia con los objetivos, misión y visión de la organización.

En este orden de ideas, en cuanto al segundo objetivo referido a diseñar una propuesta de formación para la comunicación digital entre el personal administrativo de la Procuraduría General de la República se concluyó que la misma es viable y necesaria de acuerdo a los resultados obtenidos.

En este sentido, se observó que la formación recibida en el área no ha sido de manera integral, ni enfocada a la misión, visión y objetivos de la organización.

Asimismo, en atención a los señalamientos hechos por los empleados, esta formación permitiría llevar eficientemente la comunicación, reducir el tiempo de espera por su rapidez y capacidad de penetración, aminorar el papeleo y algunos trámites burocráticos. Además los empleados están motivados a recibir la misma y cuentan con cierta preparación en el manejo de redes, chats, correos electrónicos, redes sociales, buscadores y navegadores de internet, redes ofimáticas y herramientas para publicación de información (blogs) entre otros, lo que contribuyen a facilitar el proceso de formación en comunicación digital de acuerdo a las necesidades y requerimientos de la Institución.

En cuanto al último objetivo, que fue evaluar de manera formativa la propuesta de formación para la comunicación digital entre el personal administrativo de la Procuraduría General de la República, la utilización de las metodologías e instrumentos de la evaluación formativa están en consonancia con el proceso de formación en comunicación digital, ya que la misma permite sintetizar e interpretar la información obtenida, facilita la toma de decisiones orientada a la mejora del aprendizaje, revisar críticamente los planes de estudio, así como los métodos y recursos didácticos, la orientación a los estudiantes y la retroalimentación del proceso de aprendizaje para la meta cognición.

Aparte, requiere la transformación de los métodos de enseñanza, el establecimiento de objetivos de aprendizaje y seguimiento del progreso individual, el uso de diversas metodologías adaptadas a las necesidades de los estudiantes, así como la innovación y evaluación formativa del grado de comprensión por parte de los alumnos y la implicación activa y compromiso afectivo de los estudiantes en el proceso de aprendizaje.

De acuerdo a todo lo expresado anteriormente, se señala como conclusión final la necesidad de planificar, organizar, ejecutar y evaluar el taller en formación digital dirigido a los empleados de la Procuraduría General de la Republica a fin de mejorar la misma en la institución y minimizar las debilidades gerenciales,

departamentales y operativas que ocasiona el uso no centrado en las necesidades y requerimientos de la organización.

Es necesario concientizar a cada uno de los trabajadores con respecto al desarrollo sostenible, a la ecología, es decir, aprender a cuidar y preservar el planeta, mediante el proceso de reciclaje de papel, cartón y materiales de oficina que constantemente son desechados y malgastados, y los mismos son importantes para la reproducción, pues de esta manera se ahorrarán para lo netamente necesario y de esta manera se contribuye a preservar la vida del planeta.

Por lo tanto, para lograr el desarrollo del taller es necesario abarcar de manera organizada y sistemática a todos los empleados de la organización, con lo cual se le da un enfoque integral y de inclusión al mismo, lo que conlleva a una participación abierta y masiva que permita fortalecer el crecimiento profesional y personal de los involucrados y por ende de la institución.

6.2.- Recomendaciones

En estrecha relación con los resultados y las conclusiones finales de la investigación, se formulan las siguientes recomendaciones:

Aplicar el taller de formación en comunicación digital dirigido a los empleados de la Procuraduría General de la Republica que permita mejorar la misma a todos los niveles de la Institución en consonancia con los estándares de eficiencia y efectividad requeridos para el normal funcionamiento de todos los procesos, sistemas y procedimientos establecidos en la organización y que permita establecer normas, políticas claras y precisas en cuanto al desarrollo de la comunicación. Además de focalizarse en el uso de las herramientas tecnológicas disponibles para el logro de los objetivos propuestos.

En este sentido para el desarrollo de la propuesta se recomienda utilizar el modelo comunicacional de Polo (2010), debido a que el mismo presenta un modelo propio y adaptado a la realidad socio-cultural de país, así como una visión enmarcada en los procesos de enseñanza y aprendizaje y a su vez el uso de las herramientas tecnológicas en el mismo, de acuerdo a los recursos disponibles tanto humanos, técnicos y financieros que faciliten los métodos didácticos y la evaluación de acuerdo a las necesidades y requerimientos de la Institución y los empleados de la misma.

En consonancia con lo anterior, también se recomienda el uso de la evaluación formativa como herramienta indispensable para medir los resultados del proceso de acuerdo a una categorización y priorización de los objetivos del mismo y establecer las mejoras y correctivos necesarios para su desarrollo en base a las estrategias de enseñanza y aprendizaje, los métodos didácticos y todos los elementos involucrados en el proceso.

REFERENCIAS

Adams F. (1977). **Andragogía. Ciencia de la Educación de Adultos.** Caracas. Universidad Nacional Experimental Simón Rodríguez. Publicaciones de la Presidencia. (2da. Edición).

Alfaro, F. y Alfaro, M. (1999). **Diagnóstico de productividad por multimomentos.** Libro en línea disponible en:
<https://books.google.es/books?id=JgqyUwNg434C&printsec=frontcover&dq=concepto+de+productividad+por+autor&hl=es&sa=X&ei=oNI7VafuB8G0oQSX3IHwCA&ved=0CDUQ6AEwAQ#v=onepage&q=concepto%20de%20productividad%20por%20autor&f=false> (Consulta: Noviembre, 25 de 2014)

Andrade H. (2005) **Comunicación organizacional interna: proceso, disciplina y técnica.** Libro en línea, disponible en:
<http://books.google.co.ve/books?id=bwelcBnPNuoC&printsec=frontcover&dq=que+es+la+comunicaci%C3%B3n+autor&hl=es&sa=X&ei=xXafU-PeM4TKsQTo1oHYAg&ved=0CBsQ6AEwAA#v=onepage&q=que%20es%20la%20comunicaci%C3%B3n%20autor&f=false> (Consulta: Marzo, 10 de 2014)

Arias (2006) **El Proyecto de Investigación** Caracas, 5ta edición. Editorial Episteme

Arias (2012) **El Proyecto de Investigación** Caracas, 6ta edición. Editorial Episteme

Balestrini, A. (2006) **Como se elabora el Proyecto de Investigación.** (Caracas: Bell Asociados. Sexta edición).

Bañuelos F. (2010) Artículo **Mejora el clima laboral en tu empresa e incrementa la eficiencia de tu PYME** artículo en línea disponible en: <http://www.climaempresa.com/mejora-el-clima-laboral-en-tu-empresa-e-incrementa-la-eficiencia-de-tu-pyme/#more-41> (Consulta Febrero, 05 de 2014)

Berghe (2012) **Gestión y Gerencia Empresariales. Aplicadas al siglo XXI**. Libro en línea disponible en: <https://books.google.co.ve/books?id=8QmlAQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=berghe+2012+gerencia&hl=es&sa=X&ved=0OCBsQ6AEwAGoVChMI3Mz9oLHtxgIVQZUeCh1GYgDH#v=onepage&q=berghe%202012%20gerencia&f=false> (Consulta:25 de Febrero de 2014)

Calvo (2006) **Introducción a la Metodología Didáctica** Libro en línea disponible en: https://books.google.co.ve/books?id=HuuNxr55VfEC&printsec=frontcover&dq=formaci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=0OCBsQ6AEwAGoVChMlt4P5_crtxgIViHs-Ch3IYQbJ#v=onepage&q=formaci%C3%B3n&f=false (Consulta: 20 de Enero de 2015)

Cancino J. (2012). **Cultura digital. Web 2.0 y herramientas tecnológicas**. Libro en línea disponible en <http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia-2/cultura-digital-web20-herramientas-tecnologicas.htm> (Consulta 2014 Septiembre, 13)

Carrillo, K (2006) **Las nuevas Tecnologías en las relaciones laborales**. Revista en línea. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=85102508> (Consulta. Julio 2014)

Chiang M. y otros (2010). **Libro de Relaciones entre el clima organizacional y la satisfacción laboral** Libro en línea disponible en http://books.google.co.ve/books?id=v_sFY1XRFaIC&printsec=frontcover&dq=clima+laboral+autores&hl=es&sa=X&ei=iLr0U-

H7D_fLsATop4GgDA&ved=0CBkQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false (Consulta Febrero 05 de 2014)

Cobo C. y Pardo H. (2007) **Planeta Web 2.0** Libro en línea disponible en <http://www.planetaweb2.net/index.html> (Consulta Septiembre 05 de 2014)

Diccionario de la Real Lengua Española (**RAE**) (2014) Disponible en línea: <http://www.rae.es/diccionario-de-la-lengua-espanola/la-23a-edicion-2014> (Consulta: 15 de Marzo de 2014)

Dolores M. (1993) **La información periodística y su influencia social** Libro en línea disponible en: <https://books.google.es/books?id=UmJYaOvETnoC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false> (Consulta: Agosto 02 de 2014)

Fernández M. y Sánchez J. (1997) **Eficacia organizacional: concepto, desarrollo y evaluación.** Libro en Línea. Disponible en: https://books.google.co.ve/books?id=d3z_i6znsFUC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false. (Consulta: Abril 11 de 2015).

Gadamer, H. (1988). **Verdad y método.** Fundamentos de una humanística filosófica. Salamanca, 3era Edición.

García J. (1998) **Comunicación interna** Libro en línea disponible en: http://books.google.co.ve/books?id=KilceG_59dMC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false (Consulta: Mayo, 10 de 2014)

García M. (2002). Universidad Católica Andrés Bello., Especialista en Comunicación Social, trabajo especial de grado titulado: **Aprovechamiento de las**

Nuevas Tecnologías Informativas en los Programas de Comunicaciones Internas. Trabajo de Grado en línea disponible en:

<http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAQ2396.pdf> (Consulta Septiembre 2013)

Garrell A. (2007) artículo: **La cultura digital: una experiencia local.**

Artículo en línea disponible en: <http://www.revistalafactoria.eu/articulo.php?id=385>
(Consulta: Mayo 06 de 2014)

Giarratana M. (2008). **Artículo de cultura organizacional.** Artículo en línea disponible en: http://www.degerencia.com/articulo/la_cultura_organizacional_mg
(Consulta: 08 de Noviembre de 2014)

Gil M. y Giner F. (2013) **Como crear y hacer funcionar una empresa.**

Libro disponible en línea:

http://books.google.co.ve/books?id=9gkbAgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=que+son+empresas+y+organizaciones+autores&hl=es&sa=X&ei=TGfzU_zCOvDJsQSq2oDADA&ved=0CEcQ6AEwCA#v=onepage&q=que%20son%20empresas%20y%20organizaciones%20autores&f=trueb (Consulta: 05 de Noviembre 2014) (9na edición)

Giovannone P. (2011) **La gestión de la motivación organizacional con el enfoque de la teoría de Herzberg.** Disponible en línea: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/22438/Documento_completo.pdf?sequence=2 (Consulta: 23 de Enero 2014)

Goldhaber, G (1984). **Comunicación Organizacional.** Primera Edición. Editorial Diana. México.

Gómez (2007) **Estrategias de Comunicación Organizacional.** Trabajo de Grado de la Universidad Católica Andrés Bello, disponible en línea:

<http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAS0011.pdf>
(Consulta. 25 de Enero de 2014)

Knowles M., Holton E..., Swanson, R. (2001) **Andragogía. El aprendizaje de los adultos**. Londres. Oxford University Press.

Llacuna J. y Pujol L. (2008) **NTP 685: La Comunicación en las Organizaciones**. Disponible en línea:
http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/FichasTecnicas/NTP/Ficheros/601a700/ntp_685.pdf (Consulta: 20 de Agosto de 2014)

Levin, R. (1986) **Estadística para administradores** (México: Prentice Hall)

Lusthaus Ch., Adrien M., Anderson G. y otros (2002) **Evaluación Organizacional**. Libro disponible en línea.:
<https://books.google.co.ve/books?id=Ex47GKcteH0C&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>. (Consulta: 10 de Abril del 2015).

Maldonado L., Quevedo L. (2007). **Motivación Laboral** Universidad de La Sabana. Disponible en línea:
<http://intellectum.unisabana.edu.co:8080/jspui/bitstream/10818/2167/1/131417.pdf>
(Consulta: 25 de Mayo de 2014)

Marrero M. (2010) Universidad Central de Venezuela, Trabajo Especial de Grado Comunicación Social. **Los Medios Digitales en las Comunicaciones Internas de las Organizaciones**. Disponible en línea:
<http://saber.ucv.ve/jspui/bitstream/123456789/2280/1/Completo.pdf> (Consulta: 14 de Noviembre de 2014)

Martínez A. (2009) Artículo: **Cultura organizacional: algunas reflexiones a la luz de los nuevos retos**. Disponible en línea:

http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=S131599842009000200003&script=sci_arttext&tlng=en (Consulta: 22 de febrero de 2014)

Martínez M. (2013) **Motivación: la gestión empresarial**. Disponible en línea:
<http://books.google.es/books?id=EsOztllFaxgC&printsec=frontcover&dq=motivacion&hl=es&sa=X&ei=iDOeU9-wOfHLsQTE6YCQDg&ved=0CCQQ6AEwATgK#v=onepage&q=motivacion&f=false>
(Consulta: 15 de Noviembre de 2013)

Maya (2007) **El taller educativo** Libro en línea, disponible en:
<https://books.google.co.ve/books?id=Bo7tWYH4xMMC&printsec=frontcover&dq=definici%C3%B3n+de+taller&hl=es&sa=X&ved=0CCYQ6AEwAmoVChMly4CktrtxglVDD4-Ch2uOwAc#v=onepage&q=definici%C3%B3n%20de%20taller&f=false>
(Consulta: 18 de Marzo de 2015)

Mendoza A. (2006). **Didáctica de la lengua y la literatura para primaria** Disponible en línea: <https://books.google.es/books?id=-ulcdQEQnUoC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false> (Consulta: 15 de Agosto de 2014)

Miranda H., González V., Morales R. (2010) **Comunicación efectiva en ambientes digitales y su implicancia en la educación superior**. Disponible en línea:
http://www.academia.edu/2018426/comunicacion_efectiva_en_ambientes_digitales_y_su_implicancia_en_la_educacion_superior (Consulta: 16 de Junio de 2014)

Moreno L. (2009). **Comunicación Efectiva para el Logro de una Visión Compartida** Disponible en línea:
<file:///C:/Documents%20and%20Settings/auseche/Mis%20documentos/Downloads/Dialnet-ComunicacionEfectivaParaElLogroDeUnaVisionComparti-3238707.pdf>
(Consulta: 03 de Mayo de 2014)

Muñiz, R. (2012) **La Comunicación Interna** Disponible en línea:
<http://www.marketing-xxi.com/la-comunicacion-interna-119.htm>. (Consulta: 21 de Diciembre de 2013)

Noriega Editores (2007) **El plan de comunicación organizacional**. Caracas. Grupo Noriega Editores

Novoa A. (1980) **Conceptos Básicos de Comunicación**. Disponible en línea:
<https://books.google.es/books?id=d2sOAQAIAAJ&pg=PA18&dq=concepto+de+comunicaci%C3%B3n+interpersonal&hl=es&sa=X&ei=rcU7VaW-PMPyoASemICQCw&ved=0CDIQ6AEwAw#v=onepage&q=concepto%20de%20comunicaci%C3%B3n%20interpersonal&f=false> (Consulta: 19 de Diciembre de 2013)

Patrick y Belisario (2012) **Influencia de la Motivación Laboral en el Clima Organizacional** Artículo en línea, disponible en: http://guzlop-editoras.com/web_des/adm01/gestion/pld0369.pdf (Consulta: 03 de Mayo de 2014)

Pérez, A. (2009): **Guía Metodológica para Anteproyectos de Investigación**. Caracas: 3ra. Edición. FEDEUPEL.

Polo M. (2010) **¿Nuevas Generaciones de Diseños Instruccionales? ¿Cuánto es lo Nuevo?**

Ramírez T. (2007) **Como hacer un proyecto de Investigación** (Caracas: Editorial Panapo)

Rivera A. y otros (2005). **La comunicación como herramienta de gestión organizacional**. Disponible en línea:

file:///C:/Documents%20and%20Settings/auseche/Mis%20documentos/Downloads/Dialnet-LaComunicacionComoHerramientaDeGestionOrganizacion-2256686.pdf

(Consulta: 25 de Marzo de 2014)

Robbins S. (2004) **Comportamiento Organizacional** (10ma Edición) Disponible en línea:

http://books.google.co.ve/books?id=MWb4f0tXb9IC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false (Consulta: 03 de Agosto de 2014)

Rodríguez A. (2005) **Poética de la Interpretación** (la obra de arte en la hermenéutica de H.G. Gadamer) Libro disponible en línea: <https://books.google.co.ve/books?id=nleXMFkNYMAC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false> (Consulta: 30 de Junio de 2015).

Román A. (2002) **Cómo Ganar Tiempo y Ser Más Eficaz**. Disponible en línea.

https://books.google.co.ve/books?id=_9thmuk6jvAC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false. (Consulta: 10 de Abril de 2015).

Ruiz J. (2009) **Comunicación virtual: elementos y dinámicas**. Disponible en línea:

<http://books.google.es/books?id=QlpmEt9Akq8C&pg=PA117&dq=comunicaci%C3%B3n+digital&hl=es&sa=X&ei=GQ2eU9yDKPXFATii4DIBA&ved=0CFAQ6AEwBzgK#v=onepage&q=comunicaci%C3%B3n%20digital&f=false> (Consulta: 28 de Enero de 2014)

Ruiz J. (2009) **La Web 2.0 un nuevo entorno de aprendizaje**. Artículo en línea disponible en: <http://www.raco.cat/index.php/DIM/article/view/138929> (Consulta: 25 de Marzo de 2014)

Rulicki M.(2011) **La Comunicación No Verbal** Disponible en línea:
<https://books.google.es/books?id=TW1fAAAAQBAJ&pg=PT81&dq=concepto+de+comunicaci%C3%B3n+anal%C3%B3gica&hl=es&sa=X&ei=Qbs7VePxHMetogSHzYC4BA&ved=0CEcQ6AEwBw#v=onepage&q=concepto%20de%20comunicaci%C3%B3n%20anal%C3%B3gica&f=false> (Consulta: 10 de Mayo de 2015)

Sabino C. (1992) **El Proceso de Investigación**. Disponible en línea:
http://paginas.ufm.edu/sabino/word/proceso_investigacion.pdf (Consulta: 13 de Mayo de 2014)

Sánchez J. (2012) **Nuevas tendencias en comunicación** (2da edición) Disponible en línea:
<http://books.google.es/books?id=qR906X2ZlplC&pg=PA161&dq=comunicaci%C3%B3n+digital+en+una+organizacion&hl=es&sa=X&ei=GxWeU6T9DfOtsQTh24CgDg&ved=0CD4Q6AEwBjge#v=onepage&q=comunicaci%C3%B3n%20digital%20en%20una%20organizacion&f=false> (Consulta: 15 de Noviembre de 2013)

Santos (2006) **Talleres Pedagógicos** Libro en línea disponible en:
<https://books.google.co.ve/books?id=vrqEUVoAxSYC&pg=PA23&dq=definici%C3%B3n+de+taller+para+adultos&hl=es&sa=X&ved=0CCQQ6AEwAmoVChMIgdyohNPtxglVx8k-Ch1a2wxl#v=onepage&q=definici%C3%B3n%20de%20taller%20para%20adultos&f=false> (Consulta: 05 de Mayo de 2015)

Sampieri R. y otros (2010). **Metodología de la Investigación** Disponible en línea:

<http://es.slideshare.net/Igneigna/metodologia-de-la-investigacion-5ta-edicion-de-hernandez-sampieri> (Consulta: 02 de Junio de 2014)

Terry, G. (1986). **Introducción a la Administración** (México: McGraw-Hill. Cuarta Edición)

Thompson I. (2007) Artículo **Tipos de Organizaciones** Disponible en línea: <http://www.promonegocios.net/empresa/tipos-organizaciones.html> (Consulta: 03 de Febrero de 2014)

Thompson I. (2007) Artículo **Definición de Organización**. Disponible en línea: <http://www.promonegocios.net/empresa/definicion-organizacion.html> (Consulta: 03 de Febrero de 2014)

Universidad Nacional Experimental Simón Rodríguez (2010) **Filosofía del Modelo Andragógico**. (Caracas. Ediciones de la UNESR)

Yepes (2006) Artículo **Apuntes sobre la comunicación digital** Disponible en línea: <http://www.redalyc.org/pdf/1942/194220467012.pdf> (Consulta: 16 de Mayo de 2014)

APÉNDICE

Anexo 1
Cuestionario

Universidad Central de Venezuela
Facultad de Humanidades y Educación
Escuela de Educación
Trabajo de Grado: **Formación en Comunicación Digital dentro de las Organizaciones**
Caso: **Procuraduría General de la República Bolivariana de Venezuela**
Tesisista: **Anays Useche**

Fecha: / /

CUESTIONARIO

Objetivo del Cuestionario:

El presente cuestionario tiene como finalidad recolectar información sobre el proceso de formación en Comunicación Digital en la Procuraduría General de la República Bolivariana de Venezuela. Se garantiza que la misma solo será utilizada para los fines de la investigación y será tratada con estricta confidencialidad.

Primera Parte: Datos Personales

Sexo: F M

Edad: 18-29 30-49 50 en adelante

Grado de Instrucción:

Primaria.	<input type="checkbox"/>
Secundaria.	<input type="checkbox"/>
Pregrado.	<input type="checkbox"/>
Postgrado.	<input type="checkbox"/>

Tiempo en la Procuraduría General de la República: _____

Gerencia: _____

Segunda Parte: Tipo de Comunicación en el área laboral

Lea detenidamente las preguntas que se presentan a continuación y tomando en cuenta su experiencia dentro de la institución, marque con una equis (**X**) las opciones de su preferencia.

1. ¿Qué tipo de comunicación utiliza en su área laboral?

Analógica (Comunicación no verbal, cartas, imágenes, etc.)

Digital (Comunicación mediante medios o herramientas tecnológicas, internet)

Personal (Comunicación interpersonal, conversación)

2. ¿Qué tipo de comunicación utilizan entre departamentos y/o coordinaciones en la organización?

Analógica (Comunicación no verbal, cartas, imágenes, etc.)

Digital (Comunicación mediante medios o herramientas tecnológicas, internet)

Personal (Comunicación interpersonal, conversación)

Tercera Parte: Conocimientos de Herramientas tecnológicas para la comunicación en el área laboral

Lea detenidamente las preguntas que se presentan a continuación y tomando en cuenta su experiencia dentro de la institución, marque con una equis **(X)** la opción de su preferencia, tomando en cuenta que Excelente: **E**, Buena: **B**, Regular: **R**, Mala: **M**

Ítems	E	B	R	M
3. ¿Cómo considera usted que maneja navegadores de internet?				
4. ¿Cómo considera usted que maneja las redes sociales (twitter, Facebook, instagram)?				
5. ¿Cómo considera usted que maneja herramientas ofimáticas (procesador de texto, calculo, presentaciones)?				
6. ¿Cómo considera usted que maneja buscadores de internet?				
7. ¿Cómo considera usted que maneja el correo electrónico?				
8. ¿Cómo considera usted que maneja herramientas de publicación y generación de información (blog)?				
9. ¿Cómo considera usted que maneja la mensajería instantánea (chat)?				

Cuarta Parte: Calidad en la comunicación en el área laboral.

Lea detenidamente las preguntas que se presentan a continuación y tomando en cuenta su experiencia dentro de la institución, marque con una equis **(X)** la opción de su preferencia, tomando en cuenta que Excelente: **E**, Buena: **B**, Regular: **R**, Mala: **M**

Ítems	E	B	R	M
10. ¿Cómo es la comunicación digital en tu área de trabajo?				
11. ¿Cómo es la comunicación analógica en tu área de trabajo?				
12. ¿Cómo es la comunicación personal en tu área de trabajo?				
13. El nivel de eficacia en la comunicación laboral es				
14. El nivel de claridad y precisión en la comunicación laboral es				

Quinta Parte: Frecuencia de la comunicación en el área laboral.

Lea detenidamente las preguntas que se presentan a continuación y tomando en cuenta su experiencia dentro de la institución, marque con una equis **(X)** la opción de su preferencia, tomando en cuenta que; Siempre: **S**, Casi Siempre: **CS**, Con regularidad: **CR**, Casi Nunca: **CN**, Nunca: **N**

Ítems	S	CS	CR	CN	N
15. ¿Dentro de su área de trabajo la comunicación se presenta de manera analógica?					
16. ¿Dentro de su área de trabajo la comunicación se presenta de manera digital?					
17. ¿En su área de trabajo se lleva una comunicación digital efectiva?					
18. ¿En su área de trabajo se lleva una comunicación analógica efectiva?					

19. ¿En su área de trabajo se lleva una comunicación personal efectiva?					
20. ¿Dentro de tu área de trabajo las comunicaciones escritas a través de medios físicos (memorando y oficios de otras instituciones) llegan de manera rápida y eficaz (0-2 día de ser emitidos)?					
21. ¿Dentro de tu área de trabajo las comunicaciones escritas a través de medios digitales (memorando y oficios de otras instituciones) llegan de manera rápida y eficaz (0-2 día de ser emitidos)?					
22. ¿Si existiera en su totalidad la comunicación digital dentro de la Procuraduría General de la República crees que se llevará eficientemente la comunicación?					

Sexta Parte: Opinión acerca de la importancia de la comunicación digital en el área laboral.

Lea detenidamente las preguntas que se presentan a continuación y tomando en cuenta su experiencia dentro de la institución, marque con una equis (X) la opción de su preferencia, tomando en cuenta que; Si: **S**, No **N**

Ítems	S	N
23. ¿Cree usted que la comunicación digital sea útil para la disminución de tiempos de espera y aumento de productividad en la organización?		
24. ¿Cree usted que la formación en Comunicación Digital originará ventajas en la organización?		
25. ¿Usted como empleado de la Institución recibió alguna vez formación acreditada (taller, foro, curso, charla, conferencia, entre otros...) sobre la comunicación digital?		
26. ¿Le gustaría tener formación sobre la comunicación digital y		

sus ventajas?		
---------------	--	--

En caso de que su respuesta **N° 25** sea afirmativa responda lo siguiente, marcando con una equis (X) la (s) opción (es) correspondiente:

27. ¿Qué tipo de formación acreditada recibió?

- Taller Foro Otros
Charla Conferencia

28. ¿En qué área recibió formación?

- | | | | |
|------------------------|--------------------------|---|--------------------------|
| Redes Sociales | <input type="checkbox"/> | Navegadores de Internet | <input type="checkbox"/> |
| Buscadores de Internet | <input type="checkbox"/> | Herramientas Ofimáticas | <input type="checkbox"/> |
| Correo Electrónico | <input type="checkbox"/> | Herramientas para publicación de Información (Blog) | <input type="checkbox"/> |
| Mensajería Instantánea | <input type="checkbox"/> | Otros | <input type="checkbox"/> |
- Especifique: _____
-

En caso de que su respuesta **N° 26** sea afirmativa responda lo siguiente marcando con una equis (X) la (s) opción (es) de su preferencia:

29. ¿En qué área le gustaría recibir formación?

- | | | | |
|------------------------|--------------------------|---|--------------------------|
| Redes Sociales | <input type="checkbox"/> | Navegadores de Internet | <input type="checkbox"/> |
| Buscadores de Internet | <input type="checkbox"/> | Herramientas Ofimáticas | <input type="checkbox"/> |
| Correo Electrónico | <input type="checkbox"/> | Herramientas para publicación de Información (Blog) | <input type="checkbox"/> |
| Mensajería Instantánea | <input type="checkbox"/> | Otros | <input type="checkbox"/> |
- Especifique: _____
-

¡Gracias por su colaboración!

Anexo 2
Instrumento de Validación del Cuestionario

Universidad Central de Venezuela
Facultad de Humanidades y Educación
Escuela de Educación

Trabajo de Grado: **Formación en Comunicación Digital dentro de las Organizaciones**

Caso: **Procuraduría General de la República Bolivariana de Venezuela**

Tesista: **Anays Useche**

INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN

Datos del Experto	
Nombre y Apellido:	Profesión:
Institución donde labora:	Cargo que desempeña:

A continuación se le presenta el cuestionario a utilizar para recolectar información sobre el proceso de formación de comunicación digital en la Procuraduría General de la República Bolivariana de Venezuela para su evaluación. El mismo va acompañado de los objetivos de la Investigación y la operacionalización de las variables para visualizar sobre que tratará la investigación.

Rangos de evaluación:

A: Admitir

M: Modificar

E: Eliminar

Preguntas	Escala			Observaciones
Primera Parte	A	M	E	
1				
2				
Segunda Parte				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				

13				
14				
15				
Tercera Parte				
16				
17				
18				
19				
20				
21				
22				
23				
Cuarta Parte				
24				
25				

26				
27				
28				
29				
30				
31				
32				

Firma: _____

Gracias por su colaboración.

Anexo 3
Instrumento de Validación de la Propuesta

Universidad Central de Venezuela
Facultad de Humanidades y Educación
Escuela de Educación

Trabajo de Grado: **Formación en Comunicación Digital dentro de las Organizaciones**

Caso: ***Procuraduría General de la República Bolivariana de Venezuela***

Tesista: **Anays Useche**

INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN DEL DISEÑO INSTRUCCIONAL

Propuesta: Taller de “Comunicación Digital en las Organizaciones”

Datos del Experto

Nombre y Apellido:

Profesión:

Cargo que desempeña dentro de la Procuraduría General de la República:

A continuación se le presenta el cuestionario a utilizar para validar el diseño instruccional del taller de “Comunicación Digital en las Organizaciones”, con el fin de poder implementar dicha propuesta en la organización estudiada. El mismo va acompañado del Diseño Instruccional creado con el contenido y actividades a desempeñarse en dicho taller.

Rangos de evaluación:

E: Excelente

B: Bueno

M: Modificar

C: Cambiar

EL: Eliminar

Ítems	Escala					Observaciones
	E	B	M	C	EL	
Temas						
Objetivo General						
Objetivos Específicos						
Contenidos						
Competencias						
Perfil del Facilitador						
Perfil del Participante						

Estrategias Didácticas						
Evaluación						
Planificación						

Firma: _____

Gracias por su colaboración.

Anexo 4
Organigrama de la Institución

