

HERRAMIENTAS COMUNICACIONALES PARA EL DISEÑO, DIFUSIÓN Y MEDICIÓN DE IMPACTO DEL MANUAL DE INDUCCIÓN PARA EL PÚBLICO INTERNO DE LA ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA ALIMENTACIÓN Y LA AGRICULTURA (FAO)

Páginas
15 a 24

Fecha de
Recepción:
12/11/15

Fecha de
Aprobación:
24/11/15

COMMUNICATION TOOLS FOR INTERNAL INDUCTION PUBLIC MANUAL DESIGN, DIFFUSION AND IMPACT MEASUREMENT FROM THE FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION

Lic. Diego Rubén Gosálvez Aguilera (1)

RESUMEN

La existencia de un manual de inducción en toda organización es importante, por eso se diseñó uno para todo el público interno de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). Este manual es un documento muy importante para dicho público, ya que mediante él cada funcionario pudo saber dónde consultar cuando tenga alguna duda, curiosidad o inquietud sobre la organización, sobre sus funciones y sobre información que conlleva su trabajo. Al tener listo el manual de inducción, se procedió a difundirlo de manera interna, primero de manera general, y luego a cada uno de los funcionarios.

En una fase posterior se procedió a medir el impacto de dicho manual con el uso de herramientas como ser la encuesta y las entrevistas. Esta fase fue muy importante porque se supo cuál es la opinión y primera evaluación del público interno hacia una primera versión del manual.

Para concluir, se corrigió el manual para que éste sirva de manera eficaz a todo el público objetivo y se hicieron algunas recomendaciones. Se recomendó el monitoreo constante hacia el público interno, ya que en cualquier momento ingresan nuevos funcionarios y estos tendrán dudas que haya que aclarar.

Palabras clave: Comunicación. Manual de inducción. FAO – Manual organizacional.

ABSTRACT

The existence of an induction manual is important in any organization, so one was designed for all internal public of the Food and Agriculture Organization (FAO). This manual is a very important document that audience, because by knowing where every official could consult when in doubt, curiosity or concern about the organization, functions and information that accompany their work. By having the induction manual ready, we proceeded to spread it internally, first in general, then to each of the officials.

At a later stage we proceeded to measure the impact of this manual with the use of tools such as the survey and interviews. This phase was very important because it let us know what the first review and evaluation of the internal public was to this first version of the manual.

To conclude, the manual was corrected so it could act effectively to all the target audience and some recommendations were made. Constant monitoring to the internal public was recommended, since at any time enter new officers and these will have to clarify doubts.

1. Licenciado en Comunicación y Periodismo. Univalle La Paz. diegonet_89@hotmail.com

Keywords: Communication. Induction Manual. FAO - Organizational Manual.

INTRODUCCIÓN

Toda organización, ya sea privada o pública; pequeña o grande; sin o con fines de lucro, necesita de varios manuales organizacionales para su correcto funcionamiento. Existen los que son para imagen corporativa, existen los de políticas institucionales. También están los manuales de procedimientos administrativos, entre otros (1) (2).

Pero hay un manual muy importante que es el Manual de Inducción, el cual contiene desde la historia, antecedentes, visión, misión, valores, objetivos, metas, derechos y obligaciones de la organización a todo su personal interno (3).

Este manual es de mucha ayuda para la gente que empieza a trabajar en una organización y sabe poco o nada de ésta, ya que en el manual se encontrarán todas las respuestas a sus preguntas, dudas y necesidades, como por ejemplo, el cómo se deben elaborar informes, cuidando el formato de presentación e imagen de la empresa, conociendo con exactitud los objetivos de la organización y los derechos y obligaciones. Así también, facilita la información también de los diferentes procedimientos que se manejan, como los viajes, seguridad, compra de activos, etc. (3).

Es por eso que se diseñó un Manual de Inducción atractivo para la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, por sus siglas en inglés).

Se comenzó conociendo los temas fundamentales que constituyen o construyen dicho manual (4). Fue necesario conocer a qué se dedica esta organización, cuáles son sus funciones, valores, etc.; exponiendo información de la FAO a nivel mundial y especificando luego a la FAO en Bolivia (5) (6).

Después de diseñar el manual, éste fue difundido a todos los funcionarios que componen el público interno de la FAO.

En la etapa de medición de impacto en el público se utilizaron dos técnicas de medición que fueron las encuestas y las entrevistas. Las encuestas se desarrollaron con el público interno en general y las entrevistas con el público interno experto. Después de haberse desarrollado esta etapa se prosiguió a corregir y perfeccionar el manual de inducción.

• Objetivo General

Diseñar, difundir y medir el impacto del Manual de Inducción para el público interno de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), mediante la utilización de herramientas comunicacionales.

• Objetivos Específicos

- Definir la comunicación interna.
- Describir los componentes teóricos del manual de inducción como medio alternativo de comunicación interna.
- Describir el diseño del manual como herramienta comunicacional importante.
- Describir la importancia de los públicos internos, para la difusión del manual de inducción para todo el público interno de la FAO.
- Describir técnicas para la medición del impacto del manual de inducción en el público interno.
- Indagar sobre las necesidades y expectativas de la FAO en la ciudad de La Paz, en relación a los contenidos del manual de inducción.
- Conocer las características y perfiles del público interno de la FAO en la ciudad de La Paz, como principales usuarios del manual de inducción.
- Analizar los medios comunicacionales alternativos adecuados para la difusión del manual de inducción para el público interno de la FAO en La Paz- Bolivia.

- Determinar las características y elementos del Manual de Inducción de la FAO.

MATERIALES Y MÉTODOS

Esta investigación tuvo ambos enfoques: para el enfoque cuantitativo se utilizó la encuesta como herramienta de recolección de datos generales; mientras que para el enfoque cualitativo se utilizó la entrevista como herramienta de recolección de datos descriptivos, permitiendo la recolección de datos de información detallada del objeto de estudio (7).

El tipo de estudio fue descriptivo y exploratorio. El estudio descriptivo implica describir situaciones y eventos, es decir, cómo es y cómo se manifiesta determinado fenómeno, especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Se pudo analizar cómo fue el comportamiento del

público interno ante el manual presentado. El estudio exploratorio, por otro lado, se efectúa normalmente cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes, por lo que no se cuenta con suficiente conocimiento, es decir, este proyecto no fue abordado por otros investigadores (7) (8).

El diseño de la investigación fue no experimental, que se realiza sin manipular deliberadamente las variables. Consiste en observar el fenómeno como tal y cómo se da en su contexto natural para después analizarlo. En el proyecto, se diseñó, difundió y se midió el impacto del manual de inducción de una manera directa y sencilla (7).

Para el objeto de estudio fue el público interno de la FAO como tal. El cual sirvió para medir el nivel de aceptación del público hacia el manual de inducción. Se utilizaron dos métodos: El método de modelación, que se refiere a la reproducción natural o artificial de un objeto original para el estudio de sus particularidades. Siendo en este caso una reproducción natural del manual de inducción. Mientras el otro método fue la observación de la medición de impacto del manual (8). Esta información ayudó a corregir y modificar la diagramación, además de aumentar más información al manual, para que éste sea más eficaz.

La muestra utilizada fue la muestra no probabilística, la cual es la que depende, para su selección, del criterio del investigador, son muestras subjetivas y dirigidas, donde no se utilizan fórmulas estadísticas (7) (8).

Se aplicó de la siguiente manera: realizado un censo de la población del público interno se pudo identificar dos tipos de públicos: Los sujetos expertos que son 4 personas (las cuales entienden del tema a la perfección), y el público interno general restante, que estuvo compuesto por 38 personas, haciendo un total de 42 personas participantes de la investigación.

Las muestra de sujetos tipo donde el objetivo es la riqueza, profundidad y calidad de la información consistió en los funcionarios internos de la FAO, los cuales reunían las características para ser sujetos de estudio (7) (8).

RESULTADOS

Los resultados encontrados en el proceso de análisis con el uso de las herramientas de la encuesta fueron los siguientes: A la mayoría del público interno le pareció creativa la portada con respecto a los colores, estructura y el uso adecuado de las fotografías (Gráficos N° 1, 2 y 3).

Gráfico N° 1. Portada del manual - Colores

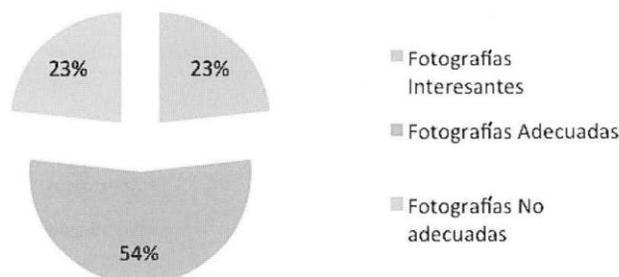
Colores de la portada



Fuente: Elaboración propia, 2014.

Gráfico N° 2. Portada del manual - Fotografías

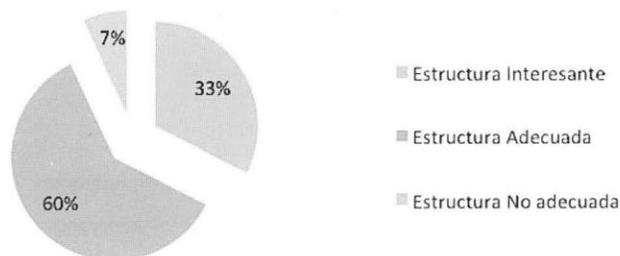
Fotografías de la portada



Fuente: Elaboración propia, 2014.

Gráfico N° 3. Portada del manual - Estructura

Estructura de la portada

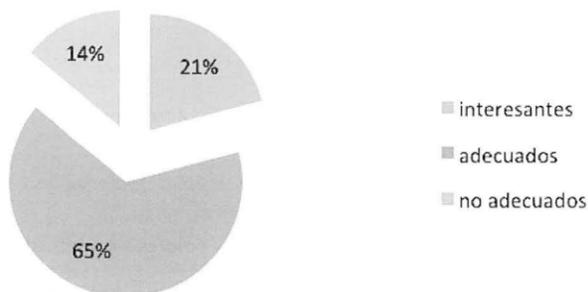


Fuente: Elaboración propia, 2014.

A la mayoría del público interno le pareció adecuado el índice del manual con respecto a los colores, estructura y el uso apropiado de las fotografías (Gráficos N° 4, 5 y 6).

Gráfico N° 4. Índice del manual - Colores

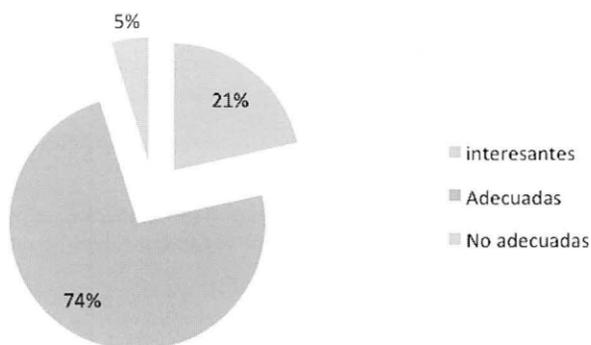
Colores del índice



Fuente: Elaboración propia, 2014.

Gráfico N° 5. Índice del manual - Fotografías

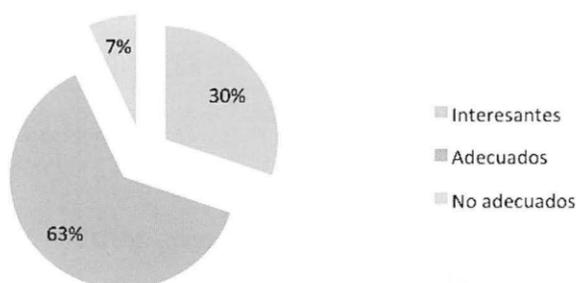
Fotografías del índice



Fuente: Elaboración propia, 2014.

Gráfico N° 6. Índice del manual - Estructura

Estructura del índice

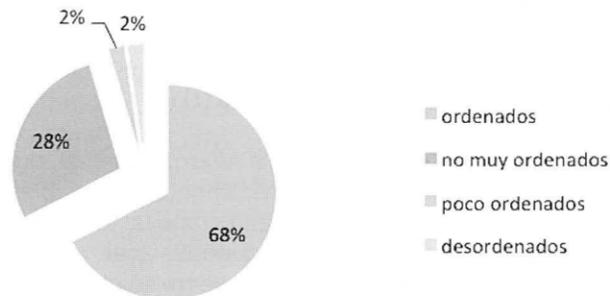


Fuente: Elaboración propia, 2014.

La mayoría del público opinó que los temas estaban ordenados en el manual (Gráfico N° 7).

Gráfico N° 7. Orden de los temas

Orden de los temas

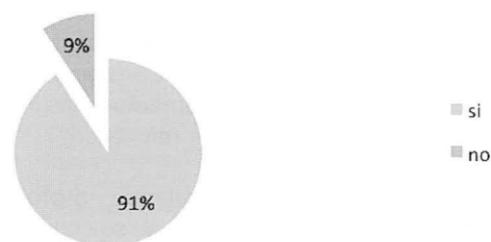


Fuente: Elaboración propia, 2014.

A la mayoría del público interno le gustaron los colores utilizados en el encabezado (Gráfico N° 8).

Gráfico N° 8. Colores del encabezado - Apropriados

Colores del encabezado



(Fuente: Elaboración propia, 2014.)

De las personas que estuvieron en desacuerdo con los colores, a más de la mitad les pareció poco significativa la tonalidad de los mismos (Gráfico N° 9).

Gráfico N° 9. En desacuerdo - Tonalidad

Motivo del desacuerdo

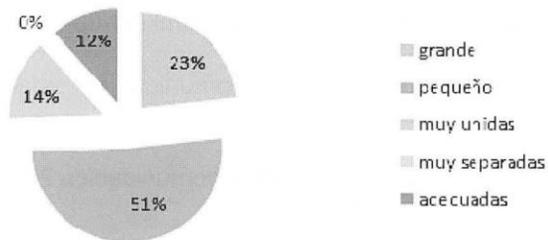


Fuente: Elaboración propia, 2014.

A la mayoría del público les pareció pequeño el tamaño de la fuente de texto (Gráfico N° 10).

Gráfico N° 10. Tamaño y estilo de las letras

Tamaño y estilo de las letras

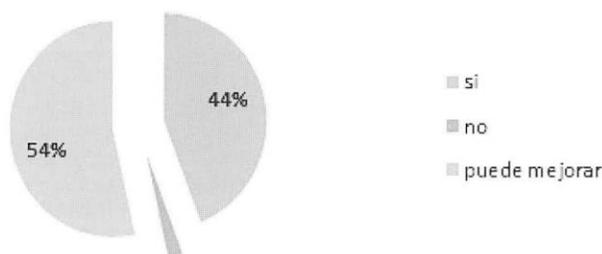


Fuente: Elaboración propia, 2014.

Más de la mitad del público opinó que la diagramación del manual puede mejorar (Gráfico N° 11).

Gráfico N° 11. Diagramación y estructura

Diagramación y estructura

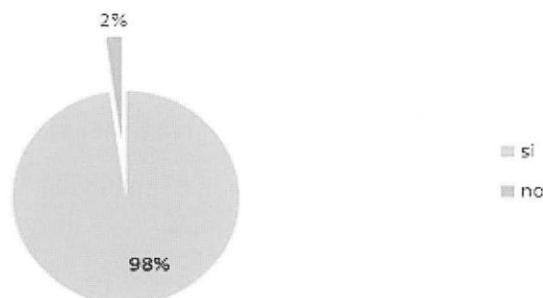


Fuente: Elaboración propia, 2014.

La mayoría del público está de acuerdo con usar fotografías propias (Gráfico N° 12).

Gráfico N° 12. Fotografías propias

Fotografías propias

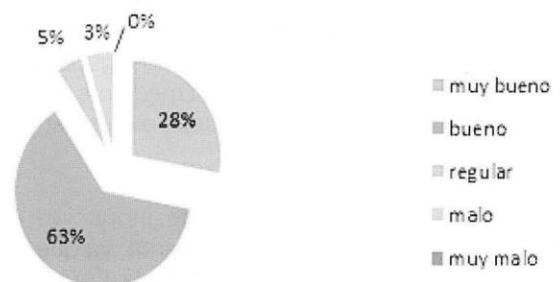


Fuente: Elaboración propia, 2014.

Más de la mitad del público opinó que la diagramación es buena (Gráfico N° 13).

Gráfico N° 13. Valoración en general

Estructura y diagramación en general



Fuente: Elaboración propia, 2014.

La opinión del público interno de la FAO fue plasmada en una encuesta, el resultado fue positivo debido a que la mayoría del público está de acuerdo con la estructura, fotos, párrafos, colores y orden en el que se diseñó el manual de inducción. La aceptación le da un valor de "bueno", pero lo que se busca es una mayor valoración, es por eso que al manual de inducción se le hicieron algunos cambios para que su nivel de valoración mejore.

Con respecto al diseño y diagramación, se tomaron en cuenta las sugerencias para implementar en el manual, mejorar la estructura y el orden; además de los colores dentro de los pantones oficiales.

También se sugirió que las fotografías tengan sus respectivas fuentes y que sean más expresivas. Asimismo, se planteó que los párrafos sean más cortos.

DISCUSIÓN

Con el manual de inducción disponible para el público interno de la FAO, estos pueden buscar cualquier tipo de información que los ayude aclarar dudas y necesidades. Al ser un manual de inducción en formato digital, es fácil su accesibilidad y manejo, cualquier funcionario puede tenerlo en un CD o DVD; también puede descargarlo de la página web de la organización.

Se pudo conocer las características del público interno primero mediante la difusión del manual de una manera general, donde no expresó gran interés, pero la respuesta fue más efectiva cuando se difundió el manual de una manera personalizada, así se

atendieron dudas y consultas personales que tuvieron los funcionarios. La medición de impacto fue efectiva porque se supo bien cuáles eran las dudas y observaciones que tenía el público interno para luego ser subsanadas.

Sobre los medios de comunicación alternativa, primero la difusión del manual fue en un pequeño taller interno, la respuesta del público tuvo una acogida tímida, ya que el público no emitió alguna opinión o duda. La difusión personalizada mediante un DVD fue más efectiva, ya que cada persona expuso sus dudas, inquietudes y necesidades.

Se evidencia que el manual de inducción es una herramienta de comunicación interna, ya que en él se encuentra toda la información de la FAO. Los funcionarios tienen un documento en donde consultar sus dudas e inquietudes.

RECOMENDACIONES

Información actual, la utilidad eficaz del manual de inducción es de una gestión, ya que cada año, la Organización de la FAO tiene cambios en su estructura de trabajo. La información que se produce cambia, es por eso que el manual de inducción debe tener información actual.

Es importante también hacer un monitoreo constante hacia el público interno, ya que en cualquier momento pueden ingresar nuevos funcionarios y éstos necesitan que se les presente el manual de inducción y se les explique de qué se trata.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- (1) VARIOS ARTISTAS. (2010) "Elementos de la imagen corporativa" www.emprendepyme.net/elementosdelaimagencorporativa.html. (23/08/2014)
- (2) VARIOS ARTISTAS. (2008) "Diseño y diagramación. Diseño gráfico" www.abc.com.py/articulos/e/diseño-graficoyladiagramacion-700639.html (24/08/2014)
- (3) CHIAVENATO, A (2009) Comunicación organizacional 2da edición México. A (29/09/2014)
- (4) WEST, R. (2004) Teoría de la comunicación 2da edición. Portland (29/09/2014)
- (5) (BROCKMANN, J (2008) Historia de la Comunicación visual. Editorial Gustavo Gili (04/10/2014) (6) COSTA, J. (1992) Enciclopedia del diseño, Barcelona, (05/10/2014)
- (6) LA PORTE, J. (2005) Comunicación Institucional, (07/10/2014)
- (7) HERNADEZ SAMPIERI, R. (1992) Metodología de la investigación, México (10/10/2014) <https://doi.org/10.2307/j.ctv2kg14qd.7>
- (8) PILAR BAPTISTA, L (1988) Como hacer Investigación acceso 10/10/2014)

Fuentes de financiamiento: Esta investigación fue financiada con fondos de los autores.

Declaración de conflicto de intereses: Los autores declaran que no tiene ningún conflicto de interés.

Copyright (c) 2020 . Lic. Diego Rubén Gosalvez Aguilera



Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons 4.0](#).

Usted es libre para Compartir —copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato— y Adaptar el documento —remezclar, transformar y crear a partir del material— para cualquier propósito, incluso para fines comerciales, siempre que cumpla la condición de:

Atribución: Usted debe dar crédito a la obra original de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace de la obra.

[Resumendelicencia](#) - [Textocompletodelalicencia](#)