

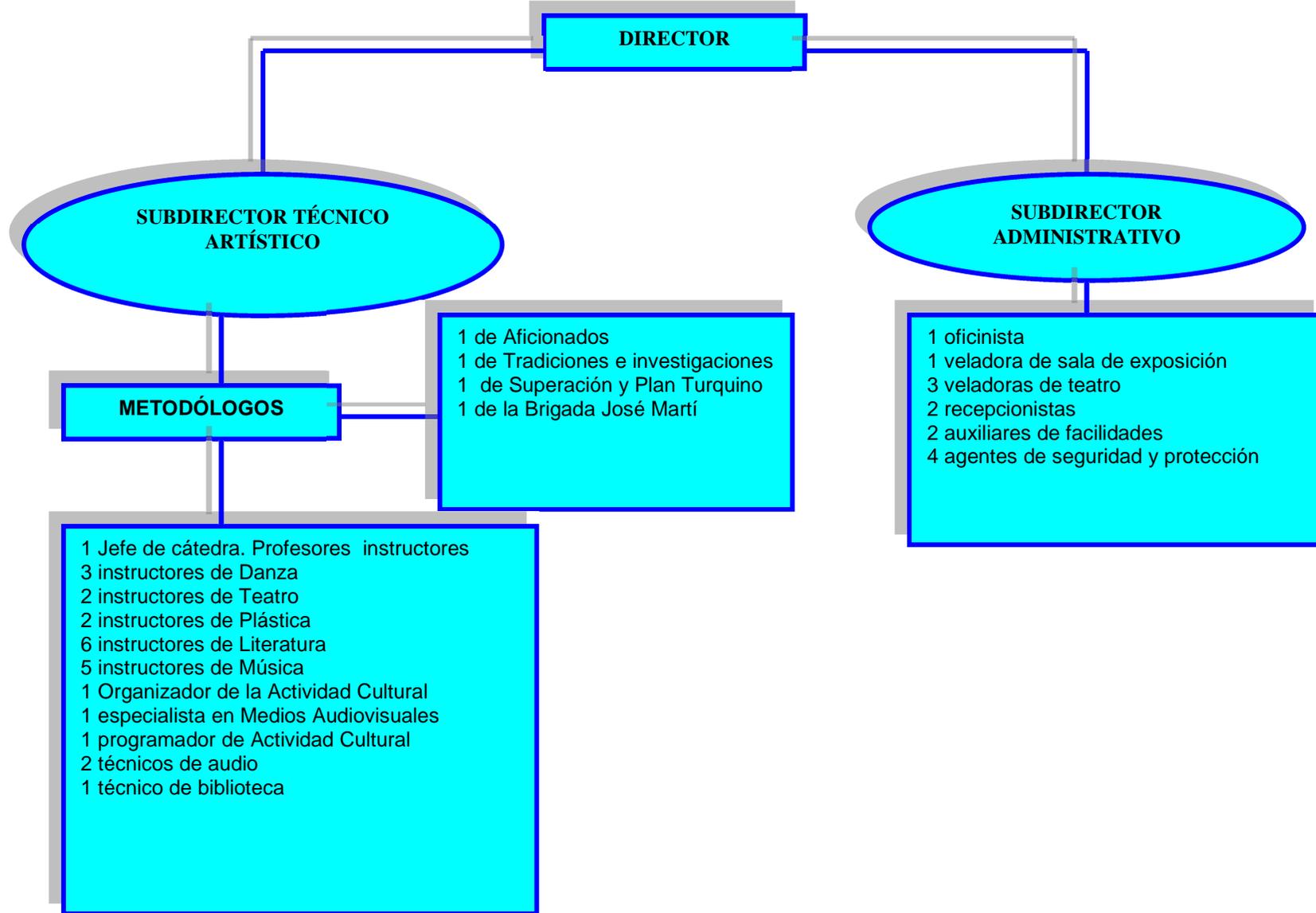
Anexos 1
Casa de Cultura Habarimao



Anexo 2
Cumanayagua



Anexo 3 ORGANIGRAMA CASA DE CULTURA HABARIMAO (012.T.3.5)



Anexo 4

Ubicación geográfica del municipio de Cumanayagua



Anexo 5

Matriz DAFO de la Casa de Cultura “Habarimao”

Debilidades	Amenazas
<p>La casa no cuenta con una estrategia de comunicación institucional.</p>	<p>Incremento desmedido de la planta de trabajadores.</p>
<p>La casa no cuenta con un logotipo que la identifique.</p>	<p>La situación financiera de la institución adjunta a la Unidad Presupuestada Cultura Municipal, no aporta suficientes ingresos a las cuentas.</p>
<p>No existe un manual de procedimientos para preparar a los cuadros o a las reservas con relación al estilo de dirección de la institución.</p>	<p>El compromiso de la institución con actividades políticas que no generan ingresos, que origina afectaciones desde el punto de vista económico.</p>
	<p>La poca visión de la dirección con relación a las ventajas de concebir estrategias integradas.</p>

Fortalezas

El reconocimiento y prestigio de la Casa a nivel municipal, provincial y nacional, dados por su exitosa trayectoria en el campo de la organización de eventos.

La experiencia adquirida a lo largo de más de 27 años de trabajo.

Los recursos humanos, por la selectividad de la Casa y por su profesionalidad, entrega, disposición, compromiso y calidad humana.

La Casa, como institución, Vanguardia Nacional del Sindicato de Trabajadores de la Cultura.

Oportunidades

El posicionamiento adquirido a nivel municipal y provincial.

La situación actual de las actividades culturales o de servicios en el municipio.

Las posibilidades de ingreso a las cuentas por la Política Cultural del país.

Anexo 6

Análisis de documentos

Objetivo: Estudiar los documentos rectores del Ministerio de Cultura en la gestión de la comunicación institucional en las casas de cultura.

- Indicaciones metodológicas para el sistema de casas de cultura
- El Programa de Desarrollo del Sistema de Casas de Cultura
- El Diagnóstico Sociocultural del territorio.
- El Convenio Colectivo de Trabajo
- El Reglamento Disciplinario correspondiente.
- La ley 81/2007
- Caracterización de la Casa de Cultura

Anexo 7

Guía de observación

Objetivo: Registrar la conducta de comunicación en la Casa de Cultura Habarimao, tanto de manera continuada como periódicamente.

1. Tipos de mensajes que predominan:

____ Humanos

____ Personales

____ Rumores

2. Canales que predominan:

- Reuniones
- Asambleas
- Entrevistas
- Matutinos
- Rumores
- Murales
- Cartas
- Circulares
- Teléfono
- Correo electrónico
- Encuentros informales
- Buzones de quejas y sugerencias
- Boletín
- Otros

3. Eficiencia de la retroalimentación

- Adecuada
- Poca adecuada
- Inadecuada

4. Nivel de información de los trabajadores

- Alto
- Medio
- Bajo

5. Nivel de participación de los trabajadores en las actividades de la institución

- Muy bueno
- Bueno

- Regular

-Malo

6. Relaciones interpersonales:

- de estrecha colaboración

- de confianza

- de respeto mutuo

- de distancia

- de enfrentamiento

- de predominio de la discrepancia

- de boicot u obstrucción de tarea

7. Clima laboral:

- armónico o antagónico

- solidario o competitivo

- tenso o relajado

Clima laboral: Cualidad surgida por la interacción de las condiciones de trabajo, la participación de los trabajadores, la comunicación institucional y las relaciones que se establecen en el proceso de producción y servicios que influye en la motivación, la satisfacción, el rendimiento laboral y el comportamiento disciplinado y productivo de los trabajadores, y en los resultados de la institución

8. Sentido de pertenencia de los trabajadores y conocimiento de la formación de la Identidad de la Casa (misión, historia, objetivos generales, identidad visual)

- Bueno

-Regular

-Malo

9. Orientación de la gestión de comunicación:

- hacia el exterior

- hacia el interior

- hacia el exterior y el interior

10. Nivel de prioridad de la actividad comunicativa en la Casa.

- Importante

- Poco importante

- Nada importante

11. Estado de la Imagen de la Casa:

- positiva o negativa

- fragmentada o integral

- intencional o espontánea

Anexo 8

Diario de comunicación

Objetivo: Obtener información sobre las actividades de comunicación de los trabajadores de la Casa de Cultura Habarimao, que registran la duración de las interacciones en que participan.

- Con quiénes interaccionan
- Sobre qué temas tratan
- Quién inicia el intercambio
- Redes utilizadas
- Dirección seguida
- Cantidad de comunicación

Anexo 9

Entrevista a directivos de la Casa de Cultura Habarimao

Objetivo: Conocer el estado del proceso comunicacional en la institución.

Respetado compañero, por implicaciones personales en la carrera de Comunicación Social del Centro Universitario Municipal de Cumanayagua de la Universidad Carlos Rafael Rodríguez de Cienfuegos, se está desarrollando una investigación dirigida a la comunicación institucional en la Casa de Cultura Habarimao. Se necesita acceda a la entrevista con la mayor sinceridad posible, en aras de contribuir a la exitosa terminación de la investigación. Se le agradece de antemano su colaboración. Muchas gracias.

Temas principales de la entrevista

1. Criterios sobre la comunicación en la Casa: utilidad y concepción de su gestión; vinculación de las políticas de comunicación con las políticas generales de la Casa; existencia de políticas de comunicación para reforzar la identidad, la cultura y la imagen de la institución.
2. Criterios sobre la estructura encargada de gestionar la comunicación.
3. Criterios sobre los recursos destinados a la comunicación en la Casa.
4. Criterios sobre la evaluación de la estrategia de comunicación de la Casa: criterios de medida; fortalezas y debilidades que enfrenta la comunicación; vías para mejorarla en caso de necesitarlo.
5. Criterios sobre la imagen que reflejan los medios masivos de comunicación del territorio sobre la Casa, y la que se han formado aquellas organizaciones con vínculo directo con la Casa; correspondencia con la realidad.
6. Papel de la comunicación para el fortalecimiento de la imagen institucional de la Casa.

Anexo 10

Encuestas al público

Objetivo: Conocer necesidades básicas de comunicación en el trabajo cultural y comunitario de la Casa de Cultura Habarimao.

Respetado público, por implicaciones personales en la carrera de Comunicación Social del Centro Universitario Municipal de Cumanayagua de la Universidad Carlos Rafael Rodríguez de Cienfuegos, se está desarrollando una investigación dirigida a la comunicación institucional en la Casa de Cultura Habarimao. Se necesita respuesta a la siguiente encuesta con la mayor sinceridad posible, en aras de contribuir a la exitosa terminación de la investigación. Se le agradece de antemano su colaboración. Muchas gracias.

Conoce Usted de las actividades de la Casa de Cultura Habarimao

Si ___ No ___

Con qué frecuencia visita la Casa de Cultura Habarimao

___ Semanalmente

___ Quincenalmente

___ Mensualmente

___ Siempre que hayan actividades

Por qué vía se informa de las actividades que realiza la Casa de Cultura Habarimao

___ Por la propaganda gráfica de la Casa de Cultura

___ Por murales informativos de la Casa de Cultura

___ Por Radio Cumanayagua

___ Por rumores de los vecinos

___ Por algún promotor cultural

___ Por boletines de la Casa de Cultura

Ha perdido la oportunidad de asistir a alguna actividad por no recibir la información

Si ____ No ____

Cuando ha asistido a una actividad previamente informada, se ha suspendido por algún motivo

Si ____ No ____ De se positiva la respuesta, qué se le ha comunicado

Cómo evalúa el nivel de comunicación de la Casa de la Cultura para con Usted como público

____ Buena

____ Regular

____ Mala

Anexo 11 Opinión del grupo de discusión 1

Variables	Integrantes																			
	1				2				3				4				5			
	M	B	R	M	M	B	R	M	M	B	R	M	M	B	R	M	M	B	R	M
	B			B																
Comunicación Institucional	X			X				X				X				X				
Comunicación interna	X			X				X				X				X				
Comunicación externa	X			X				X				X				X				
Públicos	X			X				X				X				X				
Mensajes	X			X				X				X				X				
Canales	X			X				X				X				X				
Pasos para la elaboración de la estrategia	X				X				X				X				X			
Diagnóstico estratégico		X					X		X				X				X			
Realidad del contexto institucional		X					X		X				X				X			
Acciones de implementación		X					X		X				X				X			
Presupuesto			X				X		X					X			X			
Retroalimentación		X					X		X				X				X			
Evaluación		X					X		X				X				X			
Total	7	5	1	0	6	1	5	1	6	7	0	0	7	5	1	0	7	6	0	0

Anexo 11 Opinión del grupo de discusión 2

Variables	Integrantes																			
	1				2				3				4				5			
	M	B	R	M	M	B	R	M	M	B	R	M	M	B	R	M	M	B	R	M
	B				B				B				B				B			
Comunicación Institucional	X				X				X				X				X			
Comunicación interna	X				X				X				X				X			
Comunicación externa	X				X				X				X				X			
Públicos	X				X				X				X				X			
Mensajes	X				X				X				X				X			
Canales	X				X				X				X				X			
Pasos para la elaboración de la estrategia		X				X				X				X				X		
Diagnóstico estratégico			X					X		X				X				X		
Realidad del contexto institucional	X				X				X				X				X			
Acciones de implementación		X				X				X				X				X		
Presupuesto			X					X			X				X				X	
Retroalimentación		X				X				X				X				X		
Evaluación		X				X				X				X				X		
Total	7	4	2	0	6	5	0	2	6	6	1	0	6	6	1	0	7	6	0	0

Variables	Grupo 1				Grupo 2				Total			
	MB	B	R	M	MB	B	R	M	MB	B	R	M
Comunicación Institucional	5	0	0	0	5	0	0	0	10	0	0	0
Comunicación interna	5	0	0	0	5	0	0	0	10	0	0	0
Comunicación externa	5	0	0	0	5	0	0	0	10	0	0	0
Públicos	5	0	0	0	5	0	0	0	10	0	0	0
Mensajes	5	0	0	0	5	0	0	0	10	0	0	0
Canales	5	0	0	0	5	0	0	0	10	0	0	0
Total	30	0	0	0	30	0	0	0	60	0	0	0
Pasos para la elaboración de la estrategia	3	2	0	0	1	4	0	0	4	6	0	0
Diagnóstico estratégico	0	4	0	1	0	3	1	1	0	7	1	2
Realidad del contexto institucional	0	4	1	0	2	3	0	0	0	7	1	2
Acciones de implementación	0	4	1	0	0	5	0	0	0	9	1	0
Presupuesto	0	3	2	0	0	1	3	1	0	4	5	1
Retroalimentación	0	4	1	0	0	5	0	0	0	9	1	0
Evaluación	0	4	1	0	0	5	0	0	0	9	1	0



Anexo 12 Opinión cruzada de los grupos de discusión