

UNIVERSIDAD DE PANAMÁ
VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
ESCUELA DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA

**MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN CORPORATIVA
CON ÉNFASIS EN MANEJO DE CRISIS**

PROYECTO DE INTERVENCIÓN

TÍTULO:

**“Optimización de la Comunicación Interna del Instituto para la formación y
Aprovechamiento de Recursos Humanos (IFARHU)
e Implementación de capacitaciones sobre plataformas digitales para el
uso correcto por parte de los funcionarios”**

Por:

Mireya Cabrera
8-877-1280

Griselda Jiménez
8-773-2014

Trabajo de grado para optar por el título de
Magister en Comunicación Corporativa con énfasis
en manejo de crisis.

Panamá, 2024

ÍNDICE

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	4
AGRADECIMIENTO	5
RESUMEN.....	6,7
SUMMARY	8
ÍNDICE DE FIGURAS	9
ÍNDICE DE ANEXOS	10
INTRODUCCIÓN.....	11
CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO DE INTERVENCIÓN	
1.1 Presentación del proyecto	13
1.2 Antecedentes del problema	14,19
1.3 Análisis situacional	20
1.3.1 Entrevistas.....	21
1.4 Descripción del problema	28
1.5 Definición del problema	28
1.6 Objetivo del proyecto	29
1.6.1 Objetivos generales	29
1.6.2 Objetivos específicos	29
1.7 Fundamentación y Justificación del proyecto	29
CAPÍTULO II: MARCO TEORICO	
2.1 Antecedentes Teóricos del proyecto	32
2.2 Marco Conceptual	33
2.3 Desarrollo de los temas relacionados con el proyecto	37
2.4 Beneficiarios del proyecto (Directos e Indirectos).....	39
2.5 Responsables de la ejecución del proyecto	40
2.6 Marco legal	40
2.7 Instrumento de medición	42
2.7.1 Cuestionario	42
2.8 Limitaciones.....	42

2.9 Análisis de los resultados	43
CAPÍTULO III: ESTRUCTURA Y ADMINISTRACIÓN DEL PLAN DE INTERVENCIÓN	
3.1 Diseño de estrategia de intervención	52
3.2 Estructura organizativa y gestión del proyecto	52
3.3 metas.....	53
3.4 grupos objetivos	53
3.5 Productos	53
3.6 Cronograma de actividades.....	54
3.7 Presupuesto del proyecto	54
CAPÍTULO IV: METODOLOGIA	
4.1 Enfoque de Investigación	56
4.2 Diseño de la Investigación	56
4.3 Población y muestra	57
4.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	57
4.5 Procedimiento	59
4.6 Analisis de datos	60
4.7 Formularios.....	60
4.8 Objetivos de validación.....	60
4.9 Validación por especialistas	60
CONCLUSIONES	61
RECOMENDACIONES	62
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	63
ANEXOS	65

Dedicatoria

“A mi madre, que supo formarme y fundamentar mi vida con buenos valores, quien siempre me ha ayudado a salir adelante en los momentos difíciles. A mi hija, quien es mi inspiración para superarme; mis logros me ayudarán a guiarte en tu camino.”

Mireya Cabrera

“Dedico este proyecto a mi madre y a mi hija, quienes son mi pilar más importante para este y cada uno de mis proyectos de vida. Sin su apoyo, no hubiese podido seguir adelante, hoy les doy gracias por estar junto a mí en todo momento.”

Griselda Jiménez

Agradecimiento

“A Dios, quien me ha guiado y me ha dado la fortaleza para seguir adelante.

A mi esposo y familia, por ayudarme durante todo este tiempo, por su comprensión y estímulo constante.

A mis compañeros, quienes se convirtieron en una familia, apoyándonos mutuamente. A los docentes que, materia tras materia, nos inspiraban a ser mejores profesionales. Y a todas las personas que de una u otra forma me ayudaron con la realización de este trabajo.”

Mireya Cabrera

“A Dios, por el maravilloso regalo de la vida y la oportunidad de permitirme llevar a cabo este proyecto, aun cuando se me presentaron obstáculos, pude seguir y alcanzar esta gran meta propuesta.

A mis queridos profesores de la maestría, quienes con su vocación y esmero hicieron que estos meses fueran de mucho provecho. De igual forma, a mis compañeros de clase, con los cuales logré una gran química y empatía mutua para sacar cada uno de nuestros proyectos.”

Griselda Jiménez

Resumen

En la década de los años 60, se crea mediante la Ley No.1 de 11 de enero de 1965, el Instituto para la Formación y Aprovechamiento de Recursos Humanos (IFARHU).

Esta institución fue creada con el propósito principal de salir del estancamiento económico, enfrentando la problemática del recurso humano; proporcionándole al país la mano de obra necesaria para contribuir al crecimiento económico.

Dicha institución está dedicada al desarrollo de la formación y aprovechamiento del capital humano, mediante programas y proyectos destinados a la comunidad en general, otorgando becas y créditos educativos para contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de la población nacional.

Los pagos de los programas de becas eran entregados en cheques, al pasar de los años, al ver el crecimiento de la población estudiantil, El IFARHU, con miras a la modernización de sus pagos y evitar largas filas, implementó el pago utilizando tarjetas de débito con el Banco Nacional de Panamá y Caja de Ahorro.

En el año 2022, se realizó el lanzamiento e implementación de la plataforma “Listo Wallet” para los pagos del programa de asistencia social educativa universal (PASEU) y en el 2023 el “Wallet Digital” para el pago de los estudiantes de Universidad y plataformas digitales lo que de cierto modo facilitaría los cobros.

Estas plataformas fueron creadas gracias a la alianza entre la caja de ahorros y MasterCard, siendo la institución IFARHU la responsable de los estudiantes y Caja de Ahorros los encargados de hacer efectivo el pago.

El día de lanzamiento de la plataforma, entre IFARHU y Caja de Ahorros, se presentó un cruce de información, enviando a los estudiantes de una entidad a otra.

Desde la creación de estas plataformas, las comunicaciones fueron internas entre los directivos de los miembros involucrados: direcciones de informática, dirección de relaciones públicas y dirección general.

Los funcionarios quienes mantienen atención directa con los estudiantes solo conocían de la fecha en que se utilizaría por primera vez la plataforma. Los funcionarios no recibieron capacitación alguna sobre la plataforma, de modo que no podían atender o dar solución a los cuestionamientos de los estudiantes.

De esta forma, se refleja la incorrecta comunicación que se tiene con los colaboradores que al final, son los que llevan el trato directo con el público y sobre todo de quienes se espera tener una respuesta eficaz.

Summary

In the decade of the 60s, the Institute for Training and Development of Human Resources (IFARHU) was created by Law No. 1 of January 11, 1965, with the main purpose of overcoming the economic stagnation by addressing the issue of human resources and providing the country with the necessary workforce to contribute to the economic growth.

Dedicated to developing and harnessing human capital through programs and projects aimed at the community in general, IFARHU grants educational scholarships and credits to contribute to improving the national population's quality of life.

Initially, scholarship payments were made by checks, but with the growing student population, IFARHU implemented debit card payments with the National Bank of Panama and the Savings Bank to modernize payments and avoid long lines.

In 2022, IFARHU launched and implemented the "Listo Wallet" platform for payments under the universal educational social assistance program (PASEU), and in 2023, the "Digital Wallet" was launched for university students and digital platforms to facilitate payments.

These platforms were created thanks to the alliance between Caja de Ahorros and Mastercard, with IFARHU as the responsible for the students and Caja de Ahorros handling payment. However, during the platform's launch, students were confused due to communication problems between IFARHU and Caja de Ahorros.

From the creation of these platforms, communication has been limited to involved executive members, such as IT, PR departments, and the General Direction. The officials who have a direct relationship with the students only received knowledge about when the platform would start to operate. They didn't receive any training, so they could not answer the students' inquiries correctly. This fact reflects the ineffective communication with the staff on charged of having more interaction with the users, and who should be informed to give the correct service response.

Índice de figuras

Figura 1	Sexo de los funcionarios encuestados	43
Figura 2	Edad de los funcionarios encuestados	43
Figura 3	¿En qué dirección del IFARHU labora?.....	44
Figura 4	¿Sabe usted cuales son las plataformas digitales implementadas en el IFARHU?	44
Figura 5	¿Conoce usted, sobre el uso e instalación de las plataformas digitales?	45
Figura 6	¿Reciben quejas por parte de los estudiantes sobre las plataformas digitales?	45
Figura 7	¿Conoce de la existencia de un manual instructivo que ayude a los estudiantes en instalación o problemas con la plataforma?	46
Figura 8	¿Conoce si se dictaron capacitaciones al personal?.....	46
Figura 9	¿Qué dirección de la institución considera usted debe encargarse de la divulgación de información sobre todo lo relacionado con las plataformas?	47
Figura 10	¿Considera que las plataformas han sido de ayuda a los estudiantes?	47

Índice de anexos

Anexo 1	Árbol de Objetivos	60
Anexo 2	Árbol de Problemas	60
Anexo 3	Encuesta	61

Introducción

Actualmente, vivimos en un mundo en el que continuamente todo evoluciona, día a día, debido a los grandes avances científicos, tecnológicos e informativos, por lo cual la comunicación se hace imprescindible.

La presente investigación se refiere a la optimización de la comunicación interna de IFARHU e implementación de inducciones sobre el uso de plataformas digitales. Se abarcó dentro de la optimización del proyecto integrar canales comunicativos para el personal administrativo, operativo del IFARHU; determinando un énfasis en que es de suma importancia escuchar: las dudas, ideas y sugerencias de cada personal, siendo así un magnífico paso para las alineaciones en la organización interna y su bienestar en el desarrollo.

Para analizar esta problemática, es necesario mencionar las causas. Una de las problemáticas actuales del Instituto para la Formación y aprovechamiento de Recursos Humanos es la falta de comunicación interna y ausencia de capacitaciones al cliente interno para el uso de plataformas digitales, último cambio que ha realizado la institución.

El clima organizacional de este es de suma importancia dentro de nuestro planteamiento como estrategia para el mejoramiento de cada personal y para la ayuda que se les brindará para que crezcan tanto en lo profesional como en el manejo de los clientes.

Las encuestas fueron parte clave para dar a conocer cada molestia y mejora para el mismo. Teniendo en cuenta el objetivo que es enseñar a los funcionarios sobre el uso de las plataformas digitales y su gran utilidad, ventaja y estrategia para acercarnos a cada cliente. Finalizamos esta investigación con las conclusiones y recomendaciones derivadas de este estudio, así como la presentación de distintas respuestas a los encuestados.

Múltiples son los estudios que pueden derivarse de esta investigación, así como múltiples son los significados connotativos que adquieren las palabras, colores, imágenes, sonidos, voz; conforme a las circunstancias que rodean al emisor y al receptor en el proceso comunicativo.

El cambio de mostrar cómo se están haciendo todas las cosas puede llevar a mejorar la crisis actual de esta institución, esta presenta una crisis reputacional en estos momentos y consideramos que el cambio debe ir desde lo interno y reflejarse por sí solo al cliente externo.

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO

1.1 Presentación del proyecto

Uno de los principales desafíos en la actualidad es la adaptación a nuevas tecnologías, estas se le deben presentar a la sociedad con una comunicación asertiva, siempre explicando que el objetivo es optimizar procesos y reducir tiempo.

Desde el 2022, se implementa en el IFARHU, el uso de nuevas tecnologías como plataformas digitales que ayudaran a los estudiantes a recibir el pago de sus becas, en cuanto a este tema, existe una **deficiencia**, ya que hay desconocimiento por parte de los funcionarios sobre la instalación, uso y solución de problemas en dichas plataformas; tomando en cuenta que los funcionarios mantienen atención directa de los estudiantes y estos recurren a ellos desde su primera experiencia con el cobro de su beca y los que mantienen beneficios si se les presenta alguna dificultad.

El día de lanzamiento de la plataforma "Wallet Digital" dirigido a los estudiantes de universidad (licenciatura), los estudiantes no habían recibido instructivo sobre la nueva plataforma en la que recibirían el desembolso de su beca. Ese día, los funcionarios este día recibieron a los estudiantes, sin poder responder ninguna de sus dudas. Estos últimos, en medio de esta situación, se dirigieron a la Caja de Ahorros, en donde tampoco recibieron respuesta. Los estudiantes retornaron al IFARHU, por ser esta la institución responsable de sus becas. De esta forma, se reflejó que existía una crisis comunicacional.

El objetivo esencial de la comunicación interna es la transmisión y distribución de información relevante y estratégica en un ambiente corporativo. La comunicación institucional es una herramienta esencial para diseñar estrategias y acciones que sirvan para mejorar, prevenir o simplemente dar una respuesta a las necesidades del público al que se dirige la institución. El punto de partida es la identidad de la institución. De una u otra manera, la situación ocurrida con la plataforma demostró que los funcionarios no son tomados en cuenta en capacitaciones sobre las plataformas que se implementan; esto repercute en la imagen percibida por la sociedad panameña sobre el manejo de los pagos.

1.2 Antecedentes del problema

Existen trabajos similares a este proyecto de investigación, pero ninguno de ellos es totalmente igual, por lo que en este caso sirve como referencia y material de apoyo para esta investigación.

1. Villarreal Lopez, G. I. (2021). *Plan Integral de Comunicación Interna y Formación en Liderazgo Coach en empresa familiar MAN-SER SRL* (Bachelor's thesis). Resalta que para comprender el entorno donde opera la organización, es muy importante abordar la planificación estratégica, y plantear objetivos a futuro, ya que toda empresa debe conocer su estado actual en relación a su medio externo, con el micro entorno y en su interior.
2. Silva Lopera, M. C. (2023). *Cultura organizacional: herramienta para minimizar los efectos de la digitalización en el talento humano de las empresas* (Bachelor's thesis, Escuela de Economía, Administración y Negocios). Destaca que la comunicación interna no se limita a ser una herramienta administrativa, sino que se convierte en un componente esencial de la cultura y la identidad de una organización.
3. Fernández Beltrán, Francisco (2007). *La gestión de la nueva comunicación interna. Análisis de la aplicación de las tecnologías de la información en los procesos de comunicación interna de las universidades de la Comunidad Valenciana*. Para Fernández las organizaciones modernas se encuentran

condicionadas por una doble coyuntura que determina su desarrollo. Por un lado, la creciente importancia del factor humano y, por otro, la progresiva expansión de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) están cambiando la estructura y la cultura de todo tipo de empresas e instituciones, dando lugar a la que se ha venido en denominar como "organización red". A este nuevo tipo de organizaciones es lógico que le corresponda un nuevo tipo de comunicación interna.

4. Brandolini, Alejandra; González Frígoli, Martín; & Hopkins, Natalia (2009). *Comunicación interna: Claves para una gestión exitosa* / Alejandra Brandolini (1ª. Ed. --.). Buenos Aires: La Crujía. Estos autores destacan que la clave es que la comunicación interna contempla, en primera instancia, al público interno (líneas operativas, mandos medios, gerentes y directores) como primer público destinatario para luego extenderse fuera del entorno de la compañía. De esta manera, el desarrollo de la comunicación interna unifica significados, proporciona claridad y sentido al trabajo, genera pertenencia y prepara a cada empleado como "vocero" de la organización a la que pertenece.

5. Vivar, K. V. C., Altamirano, K. A. L., & Álvarez, J. C. E. (2020). *Gestión de talento humano para la mejora laboral en el banco solidario*. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 22(1), 184-203. Ambos autores explican en su trabajo que la rotación de personal es el retiro voluntario e involuntario permanente de una organización, puede ser un problema, debido al aumento de

los costos de reclutamiento, de selección, de capacitación y de los trastornos laborales.

6. López González, D. (2023). *Adquisición y gestión del talento en el Siglo XXI: Para López en su trabajo de grado, considera que las nuevas herramientas digitales, la innovación y el crecimiento de su uso ha hecho que las empresas y, en concreto el departamento de RRHH, utilicen todos los recursos digitales posibles para atraer y gestionar a los empleados desde una perspectiva más global y estratégica de su talento.*

7. Restrepo, Luz., y Ravagli, Ximena (2009). *Modelo organizacional tendiente a potencializar el Talento Humano y mejorar su productividad.* Scientia Et Technica, Vol. XV, No. 41 (Pp. 147-152). Este artículo explica que el talento humano es un factor fundamental para lograr los objetivos de mejoramiento que se ha propuesto una empresa y que la calidad de las personas es definitiva; la aplicación de esta propuesta lleva a potencializar las competencias y destrezas de los colaboradores, adoptando una actitud mental orientada a hacer las cosas cada vez mejor y lograr una adecuada gestión y desempeño.

8. Engelstain, V. (2023). *Reconversión del talento en el ámbito laboral: estrategias de formación y desarrollo como aliados en procesos de transformación digital.* Esta autora resalta que los nuevos modelos de negocio requerirán nuevas capacidades y competencias de los colaboradores y, por lo tanto, un mayor y

diferente entrenamiento en comparación con el que se venía implementando en el pasado. Es un momento decisivo que puede determinar el curso y medios de subsistencia, considerando que hay herramientas a disposición y que la innovación tecnológica puede ser aprovechada para desplegar el potencial humano.

9. Moreno Zuluaga, M. D. P. (2020). *Guía para identificar los procesos que deben ser automatizados en la transformación digital* (Doctoral dissertation, Universidad EAFIT). Analiza que la transformación digital es uno de los acontecimientos que se está desarrollando actualmente en el mundo organizacional y que pretende reestructurar la estrategia de las compañías.

10. Quintero Cortés, J. J. P. (2023). *Práctica profesional: apoyo en la elaboración de contenidos digitales para la comunicación interna de la empresa ie Grupo en su sede de NQS*. Este autor se enfoca en el contexto empresarial actual, caracterizado por la globalización, la tecnología en constante evolución y la creciente complejidad de las operaciones comerciales. La comunicación interna se ha convertido en un pilar fundamental para el éxito de cualquier organización. La comunicación interna se refiere a la gestión estratégica de la información y la interacción dentro de una empresa, y desempeña un papel crucial en la promoción de la cohesión, la eficiencia y la efectividad organizacional. En este sentido, la comunicación interna va más allá de simples intercambios de mensajes y se erige

como un instrumento estratégico que puede transformar la cultura y el desempeño de una organización.

11. Katia Corro (2012) *Optimización de la comunicación interna en el personal de una casa editorial*, el propósito de esta investigación es mostrar las características de los canales de Comunicación Interna en el Personal Administrativo y Operativo de una Casa Editorial; implementando estrategias que permitan optimizar los canales de Comunicación Interna en el Personal Administrativo ' Operativo de Casa Editorial. El personal administrativo y Operativo de Casa Editorial considera que casi siempre cuentan con la información necesaria para hacer su trabajo. Este es un punto relevante dentro de las organizaciones, ya que esto es un indicativo que existe una buena comunicación ascendente. Los colaboradores consideran que existe una buena comunicación ascendente dentro de la Casa Editorial, factor indispensable dentro de la Comunicación Interna.

12. Balarezo Toro Byron David, (2014) "*La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa SAN MIGUEL DRIVE*". El estudio de la incidencia de una deficiente comunicación organizacional interna sobre el desarrollo organizacional de la empresa SAN MIGUEL DRIVE demostró las falencias que presenta la comunicación organizacional interna están repercutiendo sobre la coordinación de las actividades dentro de la organización. La comunicación organizacional influye directamente sobre la baja productividad

de la empresa San Miguel Drive, así como también en las actitudes de los trabajadores.

13. Paulina Fernanda Morales Tuapanta, (2010). *La incorrecta Comunicación Interna limita el Servicio al Cliente de Global Tel de la ciudad de Ambato durante el primer semestre del año 2010*. Esta autora determinó en qué medida la comunicación interna afecta al servicio al cliente de Global Tel de la ciudad de Ambato durante el primer semestre del año 2010. Los resultados arrojados en la encuesta determinan que la comunicación interna sí afecta el servicio al cliente.

14. Lupe Karín Trujillo Mariño/ Lima, Perú (2017) *“Influencia De La Comunicación Interna En El Clima Organizacional De Los Empleados De Las Instituciones Públicas Descentralizadas Del Sector Energía Y Minas.”* Presentó este estudio: de qué forma se podía determinar si la comunicación interna influye en el clima organizacional de los empleados de las instituciones públicas descentralizadas del sector energía y minas; esta influye de manera significativa.

1.3 ANÁLISIS SITUACIONAL

La comunicación institucional en este caso inicia desde la dirección general, luego continúan los demás directivos de acuerdo al organigrama y las formas en que incluyen y capacita a los funcionarios a su cargo ante las nuevas implementaciones. La falta de comunicación asertiva con el cliente interno repercute en su trato con el público, desencadenando insatisfacción, y la situación ocurrida con las plataformas repercute en la imagen percibida por la sociedad panameña sobre el manejo de los pagos.

Ante diferentes situaciones en torno a problemas con desinformación sobre las plataformas, presentamos algunas noticias que evidencian errores; al final estos reportes son atendidos por funcionarios sin ninguna capacitación y total ignorancia del tema.

Desde el año 2022, con la implementación de la plataforma digital “Listo Wallet” se presentaron problemas con el uso de esta “los problemas que se dieron con la plataforma fueron solventados. No obstante, en redes sociales se dieron algunas quejas en cuanto al funcionamiento de Mi Wallet Nacional” (Endara, 2022). El siguiente año 2023, se mantenía la incertidumbre entre los beneficiarios, una vez se informaban fechas de pago, se presentaban en sus aplicaciones mensajes de error. “Error en Listo Wallet ¿Puedo cobrar la beca digital?” (Ruíz, 2023).

A inicios del presente año, al informar pagos del programa PASE-U, nuevamente presentó fallas en el sistema. Los beneficiarios mantenían su inquietud “¿Por qué no puedo ingresar a la plataforma Digital”? (Esquen, 2024). De esta forma, se presentaban continuamente a la sede de la Institución. “La molestia entre los acudientes se mantiene esta surge luego que, desde ayer lunes, 26 de febrero, día programado para que se efectuara el desembolso del último pago del Pase-U del año 2023 y la plataforma Listo presentó problemas para ingresar, que, según el Ifarhu, se debe al alto volumen de consultas.” (Redacción web, La Critica).

1.3.1 Entrevistas:

Las entrevistas y el entrevistar son elementos esenciales en la vida contemporánea, es comunicación primaria que contribuye a la construcción de la realidad, instrumento eficaz de gran precisión en la medida que se fundamenta en la interrelación humana. Estas proporcionan un excelente instrumento heurístico para combinar los enfoques prácticos, analíticos e interpretativos implícitos en todo proceso de comunicar (Galindo, 1998:277). Sabino, (1992:116) comenta que la entrevista, desde el punto de vista del método, es una forma específica de interacción social que tiene por objeto recolectar datos para una investigación.

Hemos realizado 6 entrevistas con el fin de que avalen los datos fundamentales para el desarrollo de esta investigación.

PREGUNTAS REALIZADAS:

1. ¿Cuántos años tiene de laborar en la institución (Ifarhu)?
2. ¿En qué departamento labora?
3. ¿Atiende usted público?
4. ¿Se le informa al personal cada vez que se van a implementar nuevas herramientas innovadoras para cobrar las becas otorgadas por el Ifarhu?
5. ¿El personal del Ifarhu ha sido capacitado con inducciones o seminarios en el uso de estas plataformas?
6. ¿Considera usted que esta plataforma es eficaz?
7. ¿Continuaría utilizando el método anterior (cheque) solamente o solicitaría un mejor soporte de informática para mejorar la plataforma actual?

Entrevistado N°1:

1. ¿Cuántos años tiene de laborar en la institución (Ifarhu)?

R/ Tengo 10 años de laborar en el Ifarhu

2. ¿En qué departamento labora?

R/ Trabajo en el Departamento de Becas Internacionales

3. ¿Atiende usted público?

R/ Si, todos los días. No solo en mi departamento, sino también cuando somos unidad de apoyo en los pagos de becas.

4. ¿Se le informa al personal cada vez que se van a implementar nuevas herramientas innovadoras para cobrar las becas otorgadas por el Ifarhu?

R/ No se nos informa, nos enteramos por los medios de comunicación o solo nos dicen justo el día en que comenzarán a usar dicha herramienta.

5. ¿El personal del Ifarhu ha sido capacitado con inducciones o seminarios en el uso de estas plataformas?

R/ No, que yo sepa no

6. ¿Considera usted que esta plataforma es eficaz?

R/ No, desde que se implementaron, hay mucha desinformación y, por otra parte, algunos estudiantes informan que tienen mucho tiempo sin cobrar.

7. ¿Continuaría utilizando el método anterior (cheque) solamente o solicitaría un mejor soporte de informática para mejorar la plataforma actual?

R/ Utilizaría el método de cheque, de esta forma no hay intermediario. El estudiante puede utilizar el dinero sin tener que hacer canjes en sitios específicos, condicionándolos.

Entrevistado N°2:

1. ¿Cuántos años tiene de laborar en la institución (Ifarhu)?

R/ Tengo 28 años de laborar en la institución.

2. ¿En qué departamento labora?

R/ Actualmente laboro en la Dirección de Finanzas

3. ¿Atiende usted público?

R/ Nuestra dirección no tiene atención directa con el público, pero al tener problemas con sus pagos, recurren directamente a nuestra dirección buscando ayuda.

4. ¿Se le informa al personal cada vez que se van a implementar nuevas herramientas innovadoras para cobrar las becas otorgadas por el Ifarhu?

R/ Nos enteramos que están en proceso, después lo vemos en las redes de la institución. No es que nos reúnan y nos den más información, es muy general.

5. ¿El personal del Ifarhu ha sido capacitado con inducciones o seminarios en el uso de estas plataformas?

R/ Me imagino que se les dio información en las secciones que les corresponden los pagos de becas, pero las demás direcciones no recibimos capacitaciones ni ningún tipo de inducción. Lo que muchos hacemos es preguntarles a los compañeros de becas, uno que otro quizás sepa algo que han investigado por sus propios medios.

6. ¿Considera usted que esta plataforma es eficaz?

R/ Creo que no, recibimos muchas quejas, reclamos, por problemas para entrar.

7. ¿Continuaría utilizando el método anterior (cheque) solamente o solicitaría un mejor soporte de informática para mejorar la plataforma actual?

R/ Es mejor volver al cheque.

Entrevistado N°3:

1. ¿Cuántos años tiene de laborar en la institución (Ifarhu)?

R/ Tengo solo 5 años de laborar en el Ifarhu

2. ¿En qué departamento labora?

R/ Dirección de Becas (Paseu)

3. ¿Atiende usted público?

R/ Si, diariamente. La cantidad de personas que llegan a nuestra oficina buscando ayuda o para confirmar que a su acudido le será depositado su pago es bastante grande.

4. ¿Se le informa al personal cada vez que se van a implementar nuevas herramientas innovadoras para cobrar las becas otorgadas por el Ifarhu?

R/ Bueno en nuestro caso, sí se nos informó, nos explicaron cómo sería todo; con esto, dejamos de confeccionar tantos cheques, a excepción de algunos casos especiales. Un personal de la plataforma se instaló en nuestro piso para dar respuestas a los problemas. Pero, aun así, creo que muchísimos estudiantes se quedan sin cobrar por no ir a las oficinas.

5. ¿El personal del Ifarhu ha sido capacitado con inducciones o seminarios en el uso de estas plataformas?

R/ Algunos funcionarios que están directamente involucrados han sido capacitados; no es como que lleven grandes grupos de funcionarios para explicarles sobre las plataformas. Creo que sería de ayuda que todos los funcionarios sepan todo lo relacionado a las plataformas.

6. ¿Considera usted que esta plataforma es eficaz?

R/ Creo que cuando se satura en días de pago, no es eficaz.

7. ¿Continuaría utilizando el método anterior (cheque) solamente o solicitaría un mejor soporte de informática para mejorar la plataforma actual?

R/ Deberían mejorar las plataformas, yo sí lo veo como algo positivo.

Entrevistado N°4:

1. ¿Cuántos años tiene de laborar en la institución (Ifarhu)?

R/ Yo tengo 12 años de laborar aquí.

2. ¿En qué departamento labora?

R/ Departamento de gestión de cobros

3. ¿Atiende usted público?

R/ Si atendemos público, pero para cuestiones de cobros. Aunque ellos vengan por un motivo, de vez en cuando, nos dicen "Usted sabrá qué debo hacer si me sale esto". Y bueno, nosotros no sabemos nada del tema, aunque deseemos ayudarles. Creo que si lo supiéramos, la dirección de becas no se saturaría tanto, podríamos brindar esa pequeña pero valiosa información.

4. ¿Se le informa al personal cada vez que se van a implementar nuevas herramientas innovadoras para cobrar las becas otorgadas por el Ifarhu?

R/ Nosotros nos enteramos, pero como no nos compete, no es algo que nos involucre. Vemos las redes sociales y así nos enteramos cuando van a empezar a utilizarlas.

5. ¿El personal del Ifarhu ha sido capacitado con inducciones o seminarios en el uso de estas plataformas?

R/ Nuestra área nunca ha sido capacitada, no nos llevan a inducciones de ese tema.

6. ¿Considera usted que esta plataforma es eficaz?

R/ Bueno por la cantidad de quejas cada vez que hay un pago, creo que no.

7. ¿Continuaría utilizando el método anterior (cheque) solamente o solicitaría un mejor soporte de informática para mejorar la plataforma actual?

R/ Creo que deberían de mejorarla y sino eliminar eso y volver a los cheques.

Entrevistado N°5:

1. ¿Cuántos años tiene de laborar en la institución (Ifarhu)?

R/ Tengo 31 años de trabajar en IFARHU.

2. ¿En qué departamento labora?

R/ Desde que llegué he trabajado en Becas Internacionales.

3. ¿Atiende usted público?

R/ Sí, atiendo público.

4. ¿Se le informa al personal cada vez que se van a implementar nuevas herramientas innovadoras para cobrar las becas otorgadas por el Ifarhu?

R/ No a todo el personal, solo a las unidades a quienes les corresponde ese trabajo.

5. ¿El personal del Ifarhu ha sido capacitado con inducciones o seminarios en el uso de estas plataformas?

R/ No hemos sido capacitados.

6. ¿Considera usted que esta plataforma es eficaz?

R/ Para las personas que saben usarlo sí, no para todas.

7. ¿Continuaría utilizando el método anterior (cheque) solamente o solicitaría un mejor soporte de informática para mejorar la plataforma actual?

R/ Debemos solicitar a informática que se mejore la plataforma, vamos a una era tecnológica, no podemos regresar al cheque.

Entrevistado N°6:

1. ¿Cuántos años tiene de laborar en la institución (Ifarhu)?

R/ Tengo 41 años de laborar aquí.

2. ¿En qué departamento labora?

R/ He trabajado en trámite de becas, seguimiento académico y Becas Internacionales.

3. ¿Atiende usted público?

R/ Sí atiendo público.

4. ¿Se le informa al personal cada vez que se van a implementar nuevas herramientas innovadoras para cobrar las becas otorgadas por el Ifarhu?

R/ No se nos notifica, nos enteramos cuando ya están en uso.

5. ¿El personal del Ifarhu ha sido capacitado con inducciones o seminarios en el uso de estas plataformas?

R/ En años anteriores, se nos daban inducciones de los programas internos, pero de las nuevas implementaciones no. ya no se nos reúne para nada.

6. ¿Considera usted que esta plataforma es eficaz?

R/ No funciona.

7. ¿Continuaría utilizando el método anterior (cheque) solamente o solicitaría un mejor soporte de informática para mejorar la plataforma actual?

R/ Volvería al cheque, con el cheque hay un mejor control de quien canjea los cheques, una vez cobrados estos pasan por conciliación bancaria y retornan a la institución.

1.4 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

“INEFICIENCIA EN EL USO DE LA PLATAFORMA DIGITAL” por parte de los funcionarios del IFARHU .

1.5 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

El tema elegido en esta investigación se enmarca en la deficiencia de comunicación institucional interna del IFARHU, Sin buena gestión de la comunicación interna ni las capacitaciones necesarias, los resultados serán deficientes, este encaja perfectamente dentro de las líneas de investigación de esta especialidad en comunicación social y sobre todo en el manejo de crisis. Se busca intervenir para mejorar la problemática identificada y así evitar problemas a futuro de esta misma índole.



1.6 OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.6.1 Objetivo General

Orientar a los funcionarios sobre el uso de plataformas digitales que se han implementado en la institución para mejorar la celeridad de los pagos y la atención de los usuarios.

1.6.2 Objetivos específicos

- Reducir los procesos tradicionales en el momento de pagos de becas
- Actualizar los conocimientos digitales de los funcionarios
- Sugerir mejores formas de inducción del uso de la plataforma, no solo con los funcionarios, sino con los estudiantes.

1.7 FUNDAMENTACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Mejorar la comunicación interna del ifarhu y sobre todo crear capacitaciones para que los funcionarios dominen cada herramienta innovadora implementada es el motivo de esta investigación. La comunicación institucional es una herramienta esencial para diseñar estrategias y acciones que sirvan para optimizar, prevenir o simplemente dar una respuesta a las necesidades del público al que se dirige la institución.

El punto de partida es la identidad de la institución. Si un colaborador no se siente parte del core de la institución, desde su comunicación no verbal hasta el trato directo con el público será deficiente. Todo lo que se diga o se haga “comunica”. Esto se relaciona directamente con el marketing, la publicidad y las relaciones públicas. Su objetivo es comunicar la personalidad de una institución y sus valores. Las instituciones son responsables de sus acciones ante la sociedad. Existen tres posibles imágenes –que no siempre coinciden– en la comunicación de una institución: la imagen que se desea dar, la imagen real de la institución y la imagen percibida. Se debe buscar la armonía entre las tres, evitando que la imagen que se comunica no corresponda con la realidad o que la institución sea percibida de un modo equívoco o no coincida con la realidad.

Hay un tipo de comunicación institucional formal que es la que realizan quienes han sido oficialmente designados para ello (voceros), otro tipo de comunicación es informal: la que transmiten quienes forman la institución con su modo de actuar y proceder, ya que, aunque no estén investidos de autoridad, son percibidos como parte representativa de la organización. Todo acto realizado por la institución tiene, por tanto, una repercusión social que muchas veces es interpretada por la sociedad como comunicación institucional. De una u otra manera, las situaciones ocurridas con las plataformas repercute en la imagen percibida por la sociedad panameña sobre el manejo de estos pagos y representa una crisis momentánea.

CAPÍTULO II
MARCO TEORICO

2.1 ANTECEDENTES TEÓRICOS DEL PROYECTO

En la década de los 60, el gobierno panameño creó el IFARHU mediante la Ley N.º 1 de 11 de enero de 1965, con el objetivo de crear una institución especializada para abordar la crisis de recursos humanos que enfrentaba el país. La institución se centró en cuatro criterios clave: económico, educativo, social y político. Su objetivo era educar y formar una nueva mano de obra con una nueva mentalidad para contribuir al crecimiento económico del país. El IFARHU estableció una estructura para conceder becas y préstamos para la formación y el desarrollo de los recursos humanos.

En la década de los 70, la educación se identificó como el elemento primordial para generar cambios económicos y sociales. Un avance importante fue la creación del Seguro Educativo, que disminuyó las tasas de abandono escolar debido a las dificultades económicas. En esta década, el IFARHU amplió sus programas, incrementó los créditos y préstamos y estableció centros para la educación de estudiantes en varias regiones.

En los años 80, se hizo hincapié en aumentar la asistencia educativa y los créditos en todo el país. El lema de este periodo fue: "Educar para el desarrollo". Los programas principales de IFARHU incluían: créditos y asistencia educativa, planificación de recursos humanos, finanzas, administración e información. En esta década, los créditos y préstamos se destinaron principalmente a los jóvenes desfavorecidos con talento. Además, se crearon más centros estudiantiles.

A principios de la década de 1990, se produjo una crisis económica que hizo necesaria una investigación detallada de todos los departamentos del IFARHU. La institución se centró en reestructurar y reactivar programas para igualar los niveles de servicio ofrecidos en la década anterior. En respuesta a las dificultades económicas, se crearon nuevos programas para ayudar a las familias a mejorar su situación social y económica, como el Programa de Asistencia Educativa "Nueva Vida".

Entre 2005 y 2009, el IFARHU desarrolló un plan estratégico para optimizar el potencial humano de la institución. Los cuatro programas básicos eran: la planificación de recursos humanos, las becas, la asistencia económica y el crédito educativo. La institución también mejoró su red de comunicación entre las distintas oficinas. En 2006 se aprobó una ley de reforma que creó nuevos programas, entre ellos becas para estudios de doctorado y posdoctorado y un programa de desarrollo profesional.

En este periodo también se crearon oficinas provinciales del IFARHU, una oficina de cooperación técnica internacional y nuevos sistemas de concesión de créditos. El IFARHU firmó treinta acuerdos de educación y cooperación técnica con organizaciones nacionales e internacionales.

2.2 MARCO CONCEPTUAL

“ El IFARHU, por sus siglas, es el Instituto para la Formación y Aprovechamiento de Recursos Humanos, el cual lleva como misión dedicarse al desarrollo de la formación y aprovechamiento del capital humano, mediante programas y proyectos destinados a la comunidad en general; otorgando becas y créditos educativos para contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de la población nacional.” (Ifarhu, 2015).

Como toda institución, esta posee una estructura organizacional, lo cual es muy importante, influyendo en varias áreas, tanto del comportamiento de los individuos como de los distintos grupos que conforman las organizaciones. Los esfuerzos se centran en el contenido e impacto de las variables que intervienen en su diseño. (Robbins, 2005) plantea la **estructura organizacional** como: “La distribución formal de los empleos dentro de una organización, proceso que involucra decisiones sobre: especialización del trabajo, departamentalización, cadena de mando, amplitud de control, centralización y formalización” (pág. 234). Siendo entonces la estructura una herramienta útil a la organización, para lograr la captación y disposición de recursos, toma de decisiones en actividades específicas según un puesto y nivel jerárquico, como coordinación de su funcionamiento.

“ El clima organizacional de esta estructura se preocupa por tres tipos de valoraciones: la primera se enfoca en las regulaciones estructurales, formales y normativas que afectan en el trabajo como condiciones físicas y confort ambiental; la segunda se preocupa por el perfil psicológico de los colaboradores; y la tercera se focaliza en las percepciones compartidas por los miembros de dicha institución.” (Gibson, Ivancevich, & Donnelly, 2001).

No es posible una correcta toma de decisiones y coordinación de la información que manejen los clientes internos de esta institución, sin una buena comunicación corporativa.

“ **La comunicación corporativa** se refiere a la forma en que se comunican las empresas, y es un conjunto de actividades involucradas en la gestión y orquestación de todas las comunicaciones internas y externas destinadas a crear un punto de vista favorable entre las partes de las que depende la empresa.” (Raffino, 2020).

"Esto se alinea con lo expuesto por Brandolini y González Frígoli (2009), quienes destacan que el público interno es el primer destinatario y se convierte en 'vocero' de la organización, lo que no está ocurriendo en el IFARHU."

“ Este proceso comunicativo establece una organización en la empresa, se puede dar de manera interna y/o externa. La comunicación interna hace referencia a las acciones comunicativas que tiene la empresa con las personas que integran esta, y la comunicación externa hace referencia a la comunicación que tiene la empresa con un público externo (como pueden ser: los clientes, proveedores u otras empresas) con la idea de mejorar la relación entre la empresa y este público.” (Raffino, 2020).

En esta investigación deseamos comprobar que la comunicación corporativa del Ifarhu está incompleta y en este caso afecta el desempeño de los funcionarios. Como hemos justificado, los métodos que utiliza la institución para hacer efectivo los pagos de los estudiantes han cambiado, y con ello se exploró un nuevo método de forma digital, el cual finalmente fue implementado en el cobro de dos programas. Para efecto de comunicación

interna, no existe un manual de inducción para poder capacitar a los funcionarios ante toda la información que demanda este cambio.

“En el mundo laboral y empresarial, la capacitación es el conjunto de actividades didácticas o de enseñanza y mejoramiento de las capacidades de trabajo que se ofrecen a los trabajadores de una organización o empresa. Dichas actividades tienen como objetivo expandir: sus conocimientos, habilidades o aptitudes. La importancia de la capacitación dentro de una empresa u organización no debe nunca subestimarse. La formación de personal especializado garantiza el desempeño de las labores necesarias para que la organización cumpla con sus cometidos.” (Etece, 2020).

Ante este proceso de nuevas prácticas tecnológicas en el Ifarhu, aplica perfectamente el estudio de la “Teoría de la difusión de innovaciones”, Para empezar, es necesario explicar: ¿qué es una innovación? Una innovación es “una idea, práctica u objeto que se percibe como algo nuevo por un individuo u otra unidad de adopción”. El modelo de Difusión de Innovaciones está basado en el proceso de entendimiento de cómo nuevas ideas y productos se distribuyen – y por qué otros muy buenos no logran hacerlo o no permanecen el tiempo necesario para tener éxito.

Esta teoría nos ayuda a entender la adaptación a una nueva innovación. En otras palabras, esta teoría ayuda a explicar el proceso de cambio social. “ La novedad de la idea percibida por el individuo determina su reacción ante ella.” (Rogers, 1995). Rogers plantea un modelo teórico basado en cuatro elementos: la innovación, los canales de comunicación, el tiempo y el sistema social, identificables en toda investigación sobre difusión, y un proceso de Decisión de la Innovación dividido en varias etapas, que el individuo o la organización han de superar para alcanzar el definitivo grado de adopción de una innovación.

La "Teoría de la Difusión de Innovaciones", nos explica que las etapas del proceso de decisión son fundamentales en una institución. IFARHU debe implementar y aplicar algunos conceptos como conocimiento, persuasión, decisión, implementación y confirmación.

El IFARHU debe apoyarse en brindar conocimiento sobre las herramientas a implementar es el principio de todos los cambios, representando la comprensión profunda de la información que se desea enviar al público objetivo y el contexto. Al aplicar este conocimiento, el IFARHU puede diseñar estrategias de persuasión efectivas, que buscan influir en la actitud o conducta de los estudiantes mediante argumentos éticos y bien fundamentados.

La influencia que se cree conduce a la decisión por parte de los estudiantes, puede ser de aceptar positivamente o negativamente el uso de una herramienta nueva. La implementación conlleva acciones y comunicaciones planificadas de manera coherente y transparente al público.

Finalmente, la confirmación es el proceso de verificar que las acciones han tenido el efecto deseado y que el público ha recibido y aceptado el mensaje. Al integrar estas etapas, el IFARHU asegura que su comunicación con el público no solo es estratégica, sino también honesta y consistente, lo que inevitablemente aumenta el grado de confianza al demostrar competencia, transparencia y compromiso con los resultados prometidos.

El caso del IFARHU evidencia una falla crítica en las etapas de 'Persuasión' e 'Implementación' de la teoría de Rogers, ya que los funcionarios no fueron adecuadamente persuadidos de las ventajas de la plataforma ni se les implementó un plan de capacitación para su uso efectivo.

Las instituciones serían más competentes debido a que toman información de su entorno, comprendiendo que es lo que necesita el cliente para poder brindar un mejor servicio para ellos. Para poder adquirir información, se recurre a las fuentes externas que pueden ser: primarias, secundarias, internas y externas. "La información difusa es una información poco clara e imprecisa que obstruye a los líderes y departamentos de una organización a poder resolver problemas y tomar buenas decisiones." (Everett, 1995).

2.3 DESARROLLO DE TEMAS RELACIONADOS CON EL PROYECTO

Es muy importante conocer la estructura orgánica del Ifarhu, para poder identificar el orden en que se imparten las decisiones. Esta estructura se divide por niveles, cada una de dichas estructuras tiene funciones y responsabilidades diferentes.

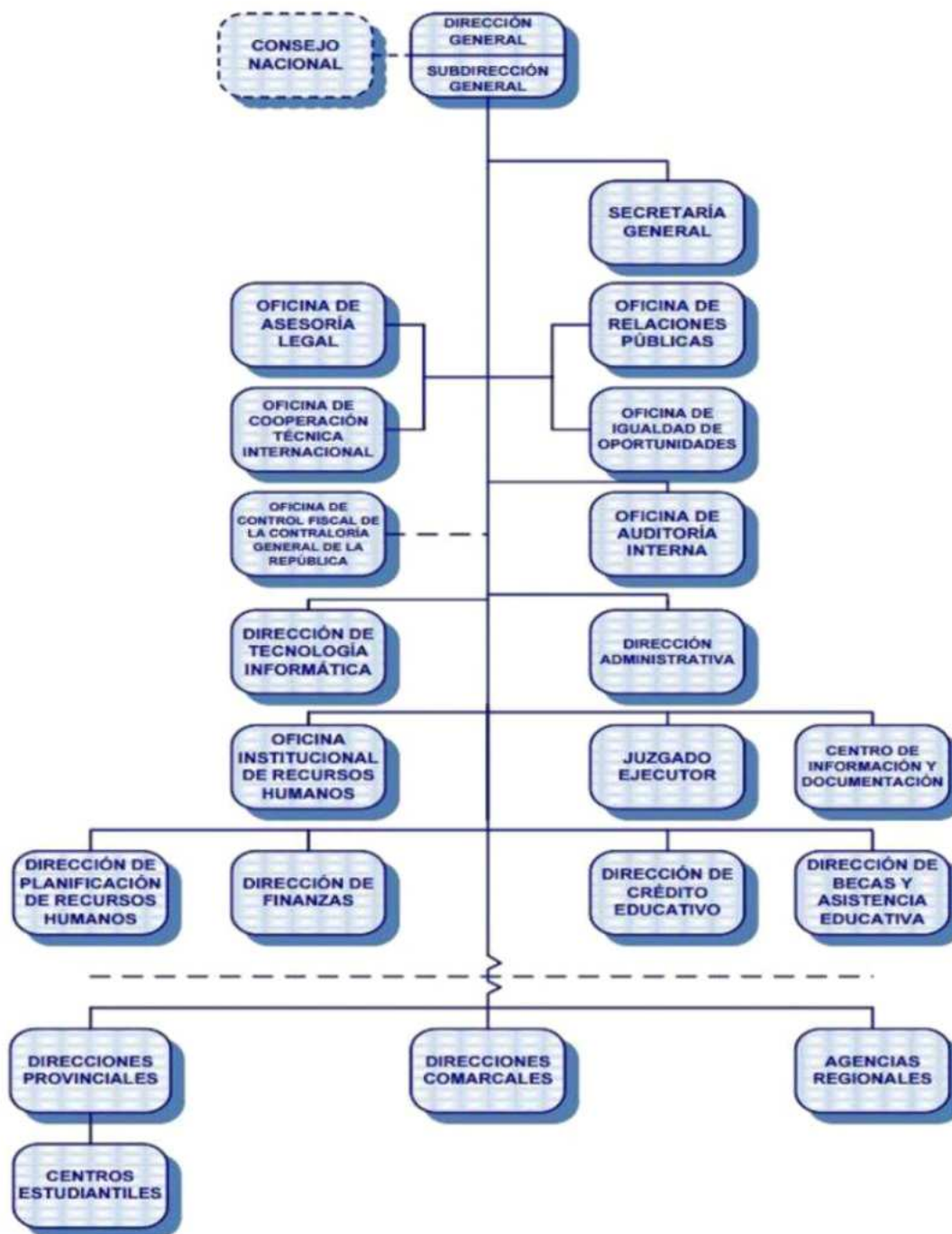
Nivel Político y Directivo
Consejo Nacional
Dirección General
Subdirección General
Nivel Coordinador
Secretaría General
Nivel Asesor
Oficina de Asesoría Legal
Oficina de Información y Relaciones Públicas
Oficina de Igualdad de Oportunidades
Oficina de Cooperación Técnica Internacional
Nivel Fiscalizador
Auditoría Interna
Oficina de Control Fiscal de la Contraloría General de la República
Nivel Auxiliar de Apoyo
Dirección de Administración
Dirección de Tecnología Informática
Oficina Institucional de Recursos Humanos
Juzgado Ejecutor
Centro de Información y Documentación
Nivel Operativo
Dirección de Planificación
Dirección de Finanzas
Dirección de Crédito Educativo
Dirección de Becas y Asistencia Educativa
Direcciones Provinciales
Direcciones Comarcales
Centros Estudiantiles
Agencias Regionales

El Ifarhu es una institución de servicio, es por esto el alto flujo de atención al público.

Para que esta estructura funcione de manera coordinada y se logre un clima organizacional positivo, es fundamental una comunicación corporativa efectiva.

Se debe contemplar un manual de uso y capacitación para que todos los funcionarios, conforme lleguen nuevas implementaciones, así mismo puedan tener dominio del tema.

Estructura Organizacional



Grupo	Intereses	Problemas	Recursos y/o Mandatos
<ul style="list-style-type: none"> Estudiantes 	<ul style="list-style-type: none"> Recibir información correcta para poder utilizar la plataforma y recibir sus pagos a tiempo. 	<ul style="list-style-type: none"> Desconocimiento de la plataforma. Encuentran constantes obstáculos al usar la plataforma. 	<ul style="list-style-type: none"> Plantear quejas. Denuncias constantes. Organizar protestas.
<ul style="list-style-type: none"> Funcionarios 	<ul style="list-style-type: none"> Brindar correcta y completa información de la plataforma. 	<ul style="list-style-type: none"> No, reciben capacitación sobre la nueva plataforma. No, saben que hacer si el estudiante presenta obstáculos. 	<ul style="list-style-type: none"> Solicitar la capacitación en la institución Solicitar material didáctico para instruir a los estudiantes
<ul style="list-style-type: none"> Departamento de becas 	<ul style="list-style-type: none"> Ofrecer a los estudiantes una nueva forma de cobro de las becas, sin filas. 	<ul style="list-style-type: none"> No, unifican criterios entre los departamentos involucrados. antienen a los funcionarios sin conocimiento de la información para ayudar a los estudiantes. 	<ul style="list-style-type: none"> Registro de quejas. Enlace directo con todas las áreas.
<ul style="list-style-type: none"> Departamento de relaciones públicas 	<ul style="list-style-type: none"> Comunicar con los medios necesarios toda la información necesaria para los estudiantes. 	<ul style="list-style-type: none"> No se involucran, en comunicar al estudiante el proceso de uso e instalación de la plataforma. 	<ul style="list-style-type: none"> Proveer un plan de medios para que la información llegue a los estudiantes.
<ul style="list-style-type: none"> Departamento de informática 	<ul style="list-style-type: none"> Recibir información sobre el uso e instalación de la plataforma digital. Transmitir toda la información a los funcionarios. 	<ul style="list-style-type: none"> La información recibida no la comparten. 	<ul style="list-style-type: none"> Crear una serie de pasos a pasos para que el funcionario pueda dominar el tema. Dictar capacitaciones instructivas a los funcionarios.

2.5 RESPONSABLES DE LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO

Debemos unificar criterios entre la oficina de capacitación del IFARHU y las principales direcciones donde se originen los cambios e implementaciones de nuevos proyectos. Estas deben organizar, proyectar y programar las inducciones en el tiempo preciso antes de que estos funcionarios tengan que gestionar público. Además, se debe realizar un estudio con fechas aleatorias de las necesidades del cliente; de esta forma, el proyecto será viable y el resultado eficaz. No podemos pensar que solo nos vamos a basar en la comunicación, sino que las diferentes direcciones involucradas dependen directamente de las nuevas tecnologías, teniendo un soporte técnico idóneo y que presente los menores errores posibles, para así mitigar riesgos, sobre todo evitar riesgos reputacionales.

Para que la institución mejore su comunicación institucional interna, debemos definir claramente los roles de cada equipo de trabajo y aceptar este proyecto con miras a un futuro prometedor, que mejore la imagen percibida por el cliente externo.

2.6 MARCO LEGAL

El marco legal siempre proporciona las bases sobre las cuales las instituciones construyen y determinan el alcance y naturaleza de la participación política. En el marco legal, se encuentran un buen número de prohibiciones regulatorias y leyes interrelacionadas entre sí.

Existe la Ley N° 6 del 22 de enero del 2002: Que dicta normas para la transparencia en la gestión pública, establece la acción de Hábeas Data y dicta otras disposiciones.

Para este proyecto de intervención, cabe mencionar los siguientes artículos de importancia:

En materia de Transparencia y Acceso a la Información Pública, la Ley 33-2013 crea la Autoridad Nacional de Transparencia y Acceso a la Información (ANTAI). Esta norma

regula aspectos como las disposiciones generales, atribuciones y facultades, la Unidad de Enlace y Oficial de Información en las entidades públicas, y demás aspectos administrativos como lo son las potestades del director general, del recurso humano; entre otros. Toda la información emitida es de carácter público, por lo cual el Estado debe garantizar la organización interna que sistematice la información, para brindar acceso a los ciudadanos y también para su divulgación a través de los distintos medios de comunicación social y/o de Internet.

Por otra parte, el Estado Panameño, a través de la Ley 6-2002, dicta las normas para la transparencia en la gestión pública, establece la acción de Habeas Data y otras disposiciones. Esta norma contiene diez capítulos; a continuación, se mencionan aquellos que se consideran de mayor relevancia para esta plataforma:

- Capítulo II. Libertad y Acceso a la Información
- Capítulo III. Obligación de Informar por Parte del Estado
- Capítulo IV. Información Confidencial y de Acceso Restringido
- Capítulo VII. Participación Ciudadana en las Decisiones Administrativas y sus Modalidades.

En cumplimiento a lo dispuesto en el Capítulo III y Capítulo VII, por medio de una transparencia activa, el Estado Panameño puede utilizar la plataforma para publicitar la información destacada en esta norma en sus artículos 9 y 10.

De esta forma es regulado todo manejo de información y dentro de la norma; Ifarhu siempre ha cumplido con esta norma regulatoria en cuanto a la información tradicional. En la página web, no se ha estipulado una sección en la que el estudiante pueda atender sus dudas sobre las nuevas tecnologías implementadas. La ley apoya el método que sea utilizado para capacitar a los funcionarios y así continuar con el correcto cumplimiento de la ley. De esta forma, mejoraremos la imagen percibida por el público.

2.7 INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

Se obtendrá información mediante el instrumento de encuestas de preguntas cerradas, las preguntas de investigación se basan en la exploración realizada dentro de la institución a los funcionarios que mantienen estrecha relación con el público y con dudas frecuentes en torno a las plataformas digitales implementadas. Sobre esto, se mantienen específicamente 53 funcionarios encuestados. La muestra se tomó de un cálculo probabilístico aleatorio. (Ver ecuación en validación del proyecto – página 54).

2.7.1 CUESTIONARIO

El cuestionario está constituido por 10 preguntas cerradas (ver anexos)

2.8 Limitaciones:

El problema encontrado en esta investigación es que no existe manual de uso, ni estrategia de comunicación que se haya implementado antes para estos casos, de los cuales podamos disponer. Este proyecto les llamó la atención a los funcionarios, ya que expresa sus inquietudes; siempre estuvieron dispuestos a aportar su opinión en calidad de mejorar las actuales comunicaciones.

2.9 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS:

Nombre de la Encuesta:		Percepción de los funcionarios sobre las plataformas digitales implementadas en IFARHU.			
Objetivo:		Medir la percepción de los funcionarios sobre plataformas digitales implementadas.			
Preguntas generales					
No.	Pregunta	Respuestas			
1	Pregunta 1: Sexo	Femenino	Masculino		
2	Pregunta 2: Edad	18-25	26-35	36-50	50 o más
3	Pregunta 3: ¿En que departamento del IFARHU labora?	Dirección de becas	Dirección de Crédito	Dirección de Finanzas	Dirección de Administración
Preguntas específicas					
4	Pregunta 4: ¿Sabe usted cuales son las plataformas digitales implementadas en el IFARHU?	Sí	No		
5	Pregunta 5: ¿Conoce usted, sobre el uso e instalación de la plataformas digitales?	Sí	No		
6	Pregunta 6: ¿Reciben quejas por parte de los estudiantes sobre las plataformas digitales?	la mayoría de las veces	casí siempre	siempre	nunca
7	Pregunta 7: ¿Conoce de la existencia de un manual instructivo que ayude a los estudiantes en instalación o problemas con la plataforma?	Sí	No		
8	Pregunta 8: ¿Conoce si se dictaron capacitaciones al personal?	Sí	No		
9	Pregunta 9: ¿Qué departamento de la institución considera usted debe encargarse de la divulgación de información sobre todo lo relacionado con las plataformas?	Dirección de becas	Dirección de Relaciones Públicas	Dirección de Tecnología e Informática	
10	Pregunta 10: ¿Considera que las plataformas han sido de ayuda a los estudiantes?	Sí	No		

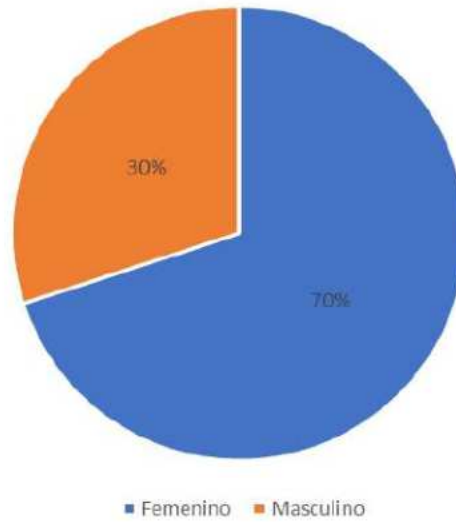
Cuadro No.1. BASE DE DATOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS FUNCIONARIOS DE IFARHU: AÑO 2024

No	Pregunta 1: Sexo	Pregunta 2: Edad	Pregunta 3: ¿En que departamento del IFARHU labora?	Pregunta 4: ¿Sabe usted cuales son las plataformas digitales implementadas en el IFARHU?	Pregunta 5: ¿Conoce usted, sobre el uso e instalación de la plataformas digitales?	Pregunta 6: ¿Reciben quejas por parte de los estudiantes sobre las plataformas digitales?	Pregunta 7: ¿Conoce de la existencia de un manual instructivo que ayude a los estudiantes en instalación o problemas con la plataforma?	Pregunta 8: ¿Conoce si se dictaron capacitaciones al personal?	Pregunta 9: ¿Qué departamento de la institución considera usted debe encargarse de la divulgación de información sobre todo lo relacionado con las plataformas?	Pregunta 10: ¿Considera que las plataformas han sido de ayuda a los estudiantes?
1	F	36-50	Dirección de becas	Sí	Sí	siempre	No	No	Dirección de becas	Sí
2	M	18-25	Dirección de Finanzas	Sí	No	siempre	No	No	Dirección de Relaciones Públicas	No
3	F	50 o más	Dirección de becas	Sí	Sí	la mayoría de las veces	No	No	Dirección de Relaciones Públicas	No
4	M	26-35	Dirección de Finanzas	Sí	No	siempre	No	No	Dirección de Relaciones Públicas	No
5	F	36-50	Dirección de Crédito	Sí	No	nunca	No	No	Dirección de Tecnología e Informática	No
6	F	50 o más	Dirección de becas	Sí	No	la mayoría de las veces	No	No	Dirección de Relaciones Públicas	No
7	F	36-50	Dirección de Crédito	Sí	No	nunca	No	No	Dirección de Tecnología e Informática	No
8	F	50 o más	Dirección de Administración	Sí	No	nunca	No	No	Dirección de becas	Sí
9	M	26-35	Dirección de becas	Sí	Sí	la mayoría de las veces	No	No	Dirección de Relaciones Públicas	No
10	F	50 o más	Dirección de Crédito	Sí	No	nunca	No	No	Dirección de Relaciones Públicas	No

6	F	50 o más	Dirección de becas	Sí	No	la mayoría de las veces	No	No	Dirección de Relaciones Públicas	No
7	F	36-50	Dirección de Crédito	Sí	No	nunca	No	No	Dirección de Tecnología e Informática	No
8	F	50 o más	Dirección de Administración	Sí	No	nunca	No	No	Dirección de becas	Sí
9	M	26-35	Dirección de becas	Sí	Sí	la mayoría de las veces	No	No	Dirección de Relaciones Públicas	No
10	F	50 o más	Dirección de Crédito	Sí	No	nunca	No	No	Dirección de Relaciones Públicas	No

Figura N° 1:

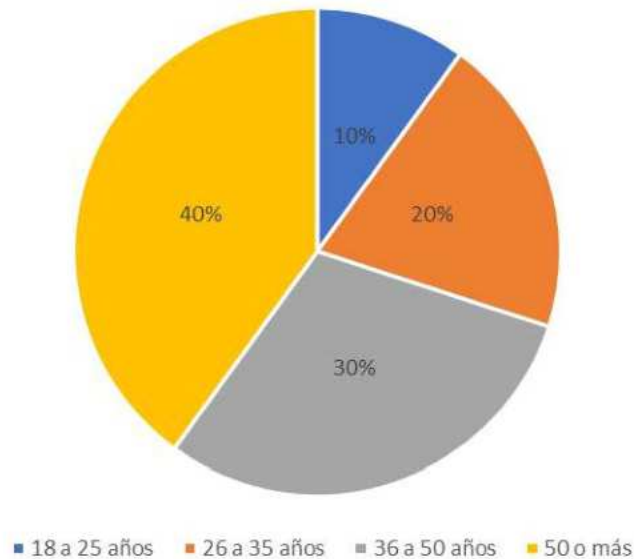
Sexo de los Funcionarios encuestados



La gráfica refleja que el 70% de la población encuestada son del sexo femenino. El 30 % pertenecen al sexo masculino.

Figura N°2:

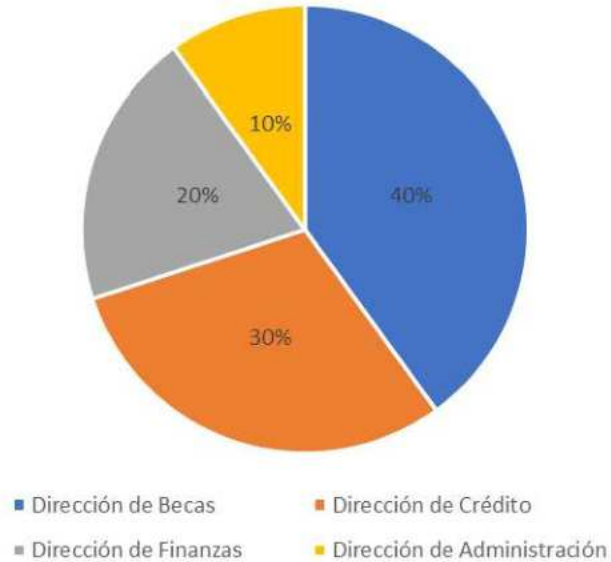
Edad de los funcionarios encuestados



La grafica refleja que el 10% de la población encuestada esta en el rango de edad de 18 a 25 años de edad. El 20 % entre los 26 a 35 años. El 30% entre los 36 a 50% y el 40% posee 50 años o más.

Figura N°3:

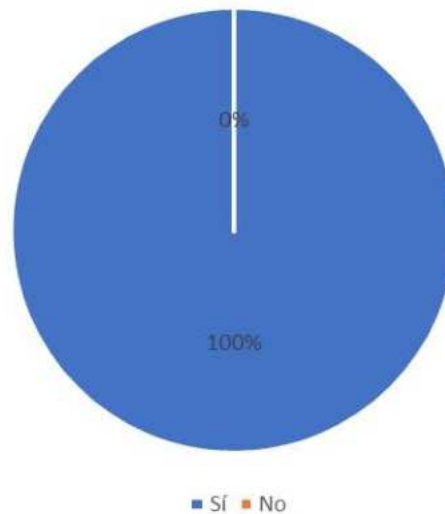
¿En que dirección del IFARHU labora?



El 40% de los funcionarios encuestados pertenecen a la dirección de becas, los demas pertenecen a las direcciones de finanzas, créditos y administración.

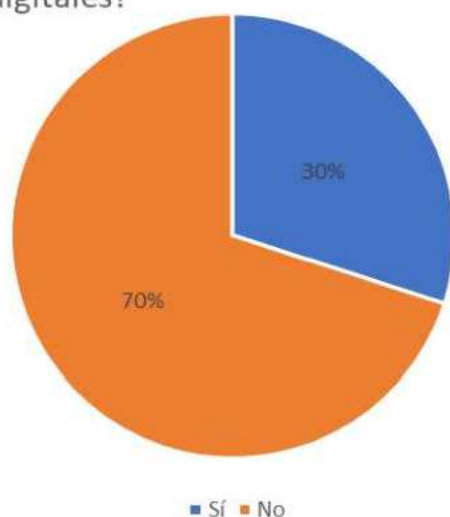
Figura N°4:

¿Sabe usted cuales son las plataformas digitales implementadas en el IFARHU?



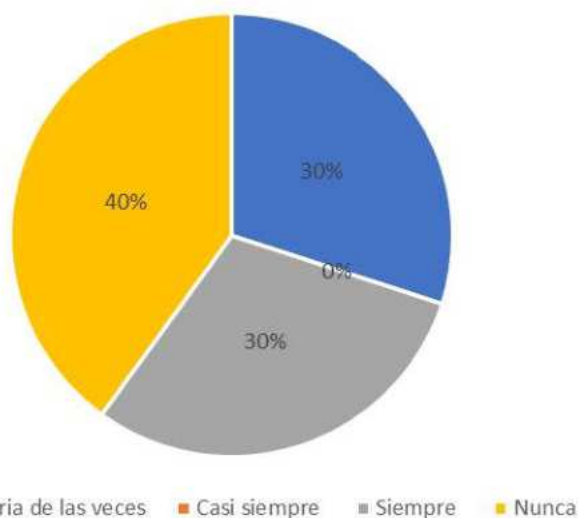
El 100% de los funcionarios encuestados indican que conocen las plataformas digitales implementadas en el Ifarhu.

Figura N°5:
¿Conoce usted, sobre el uso e instalación de la plataformas digitales?



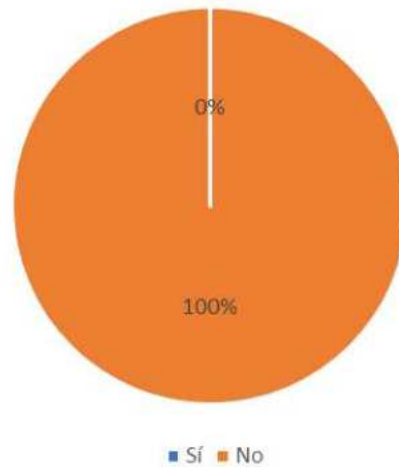
El 70% de los funcionarios encuestados no conocen el uso e instalación de ambas plataformas digitales.

Figura N°6:
¿Reciben quejas por parte de los estudiantes sobre las plataformas digitales?



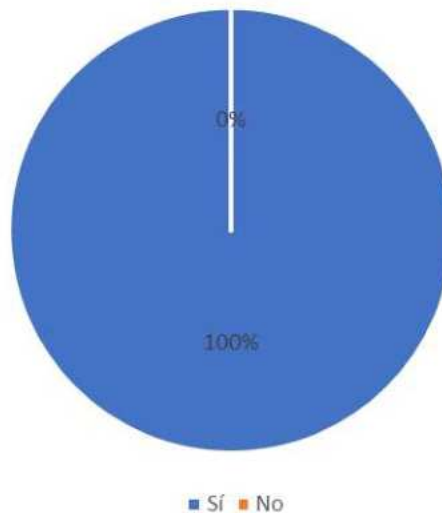
El 30% de los funcionarios encuestados recibe la mayoría de las veces algún tipo de queja entorno a las plataformas digitales implementadas en el Ifarhu.

Figura N° 7:
¿Conoce de la existencia de un manual
instructivo que ayude a los estudiantes en
instalación o problemas con la plataforma?



El 100% de los funcionarios no conoce de la existencia de un manual que ayude a los estudiantes en la instalación o de presentarse algún problema con las plataformas.

Figura N° 8:
¿Conoce si se dictaron capacitaciones al
personal?



El 100% de los funcionarios expresan no haber recibido capacitaciones sobre las plataformas digitales.

Figura N°9:

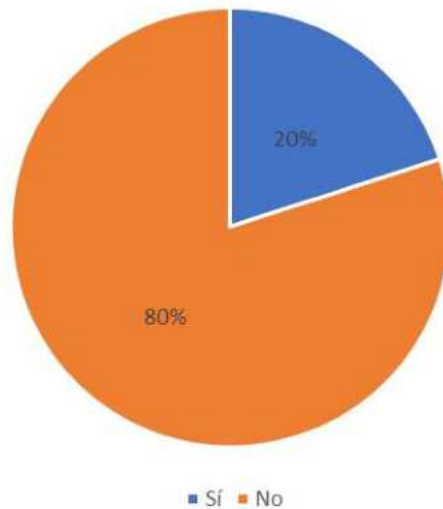
¿Que dirección de la institución considera usted debe encargarse de la divulgación de información sobre todo lo relacionado con las plataformas?



La gráfica refleja que el 60% de los funcionarios consideran que la Dirección de Relaciones Públicas debe encargarse de la divulgación de información.

Figura N° 10:

¿Considera que las plataformas han sido de ayuda a los estudiantes?



El 80% de los funcionarios expresan que las plataformas no han sido de mucha ayuda a los estudiantes.

CAPÍTULO III:

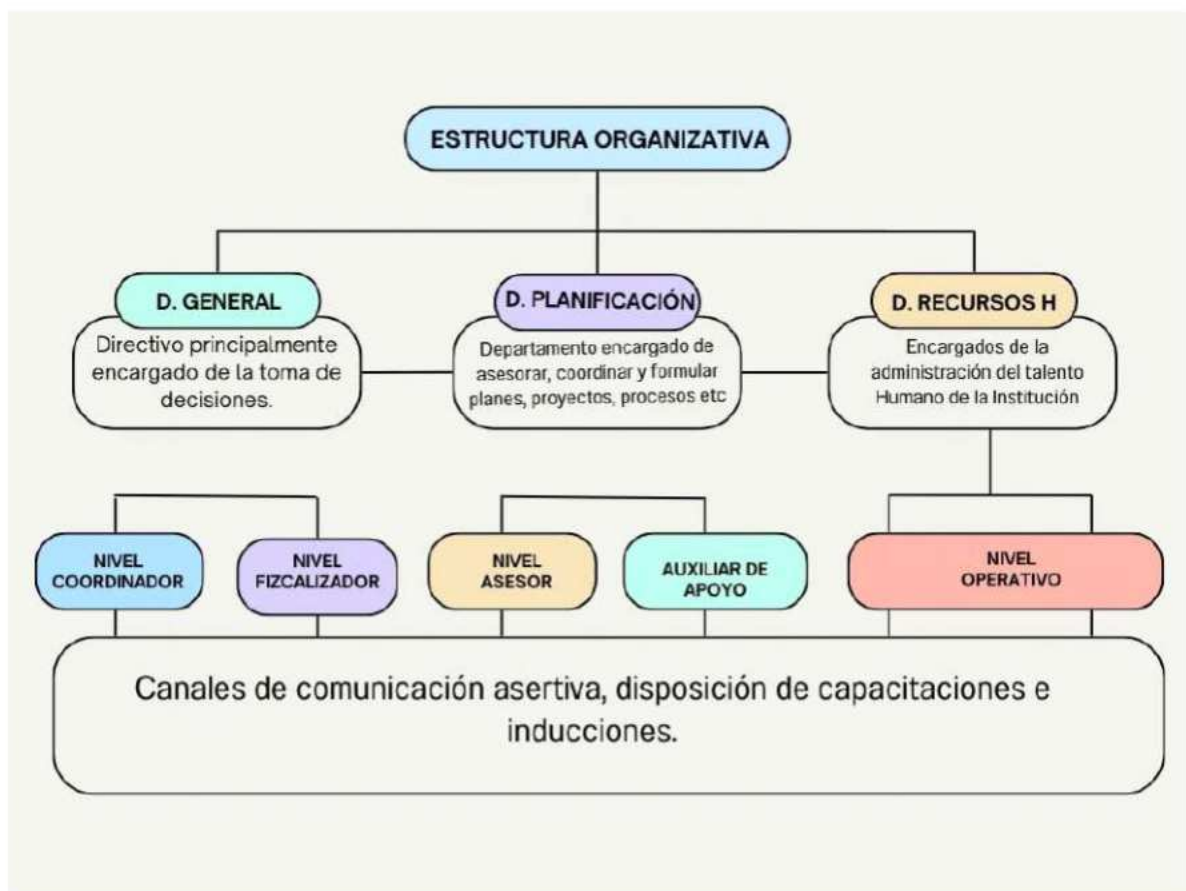
ESTRUCTURA Y ADMINISTRACIÓN DEL PLAN DE INTERVENCIÓN

3.1 Diseño de estrategia de intervención

El diseño de estrategias que ayuden a mejorar la comunicación corporativa del Ifarhu.

- Estrategia para crear recursos de capacitación:
 - Añadiendo un personal capacitado que pueda transmitir la información completa referente a nuevas implementaciones.
- Estrategias para potenciar los medios digitales que actualmente utiliza la institución.
 - Diseño para que el público conozca las innovaciones.

3.2 Estructura organizativa y gestión del proyecto:



3.3 Metas

Deseamos contar con un cliente interno sólido que dé una excelente atención al cliente, la cual es esencial. Los clientes quieren sentirse valorados y escuchados, y contar con un equipo dedicado a brindar un servicio excepcional, esto puede marcar la diferencia.

Crear en un colaborador esta identidad no es una tarea fácil, pero puede ser increíblemente gratificante. Tener la satisfacción que todo el personal es apto para dar soluciones ante cualquier dilema; sobre todo, en materia tecnológica y transmita a los estudiantes seguridad. Sin duda, esto cambiará la percepción de la institución.

3.4 Grupos objetivos

Principales Grupos de interés:

- Directivos
- Funcionarios
- Estudiantes

3.5 Productos:

- Desarrollar campañas de publicidad por parte de la institución en cada ocasión en que se implementen nuevas herramientas tecnológicas.
- Desarrollar trípticos con interesante información actualizada. No deben tener modelos convencionales, el diseño debe cautivar la atención del público y a su vez, ser fuente de ayuda e información. No serán desechados fácilmente, si le suministran información útil al público.
- Implementar kioscos de información permanente en lugares públicos durante las primeras fechas de implementación del proyecto.
- Dar seguimiento a las campañas implementadas, creando una grilla de contenidos para organizar minuciosamente el tiempo.
- Los registros de las herramientas tecnológicas

3.6 Cronograma de actividades:

ACTIVIDADES MESES	2022		2023											2024	
	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB
1. Planificación de Investigación															
Establecimiento y Validación de Idea	X	X													
Rastreo Fundamento Teorico			X	X	X	X	X	X	X	X	X				
Elaboración de protocolo de investigación															
Validación del protocolo de Investigación															
Diseño de Instrumentos									X	X	X				
2. Trabajo de Campo /Aplicación de Intrumentos															
Entrevista												X	X		
Encuesta												X	X		
3. Procesamiento, tabulación e interpretación de la información															
4. Elaboración de informe final								X	X	X	X				
5. Presentación ante comisión evaluadora															
															X

3.7 Presupuesto del proyecto

RUBRO/PARTIDA	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUBTOTAL
Internet	Mes	1	\$ 30.00	\$ 30.00
Viático de transporte	Unidad		\$	\$ 150,00
Viático de alimentación	Unidad		\$ 5,00	\$ 250,00
Electricidad	Mes	14	\$ 200	\$ 2,800.00
Depreciación de equipo	Año	1	\$ 196,71	\$ 196.71
Impresiones	Mes		\$ 60.00	\$ 60.00
Fotocopias		0	\$ -	\$ -
Empastado		0	\$ 60.00	\$ 60.00
Revisión de Español		0	\$ 50.00	\$ 50.00
Redacción de Summary		0	\$ 10.00	\$ 10.00
		0	\$ -	\$ -
		0	\$ -	\$ -
		0	\$ -	\$ -
		0	\$ -	\$ -
SUBTOTAL				\$
IMPREVISTOS				\$
TOTAL				\$ 3,606.71

CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA

4.1 Enfoque de la investigación:

Enfoque mixto (cualitativo - cuantitativo):

La investigación tiene un enfoque mixto (cualitativo - cuantitativo).

- **Cualitativo:** Se realizaron 6 entrevistas a profundidad para comprender las percepciones y experiencias de los funcionarios.
- **Cuantitativo:** Se aplicó una encuesta a 53 funcionarios para obtener datos estadísticos generalizables.

La investigación cuantitativa es un método estructurado de recopilación y análisis de información que se obtiene a través de diversas fuentes. Este proceso se lleva a cabo con el uso de herramientas estadísticas y matemáticas con el propósito de cuantificar el problema de investigación.

La investigación tiene un enfoque cuantitativo porque busca obtener evidencia cuantitativa que demuestre la existencia del problema y demostrar nuestra hipótesis o futura intervención.

4.2 Diseño de la investigación:

La investigación es **Diseño no experimental, descriptivo y transversal:**

No experimental: Investigación que se realiza sin manipular deliberadamente la variable. no hacemos cambiar en forma intencional las variables independientes.

Descriptiva: se pretende captar los fenómenos sucedidos de forma espontánea y sinintervención del investigador. Se busca especificar las propiedades y características del problema (la falta de comunicación y capacitación).

No se van a realizar ensayos científicos que alteren la naturaleza de la información o los datos; se van a observar los fenómenos tal y como suceden.

Transversal: Porque los datos se recogen en un solo momento temporal.

4.3 Población y Muestra:

Población: La población total del IFARHU que atienden público, estimados son 500 funcionarios.

- "cálculo probabilístico aleatorio".

Entrevista o Encuesta:

Se aplicarán encuesta a una muestra representativa de 53 funcionarios

El tipo de muestra Probabilístico aleatorio. Con un 80% de confianza (Z), con e de 0.005 y un Universo (N) de 500

$$n = \frac{(500)(0.03^2)(1,282^2)}{0.05^2(500 - 1) + 0.03^2 1,282^2}$$

n= 53

4.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Técnica 1: Entrevista.

· Instrumento: Guía de entrevista semiestructurada.

Preguntas:

1. ¿Cuántos años tiene de laborar en la institución (Ifarhu)?
2. ¿En qué departamento labora?
3. ¿Atiende usted público?
4. ¿Se le informa al personal cada vez que se van a implementar nuevas herramientas innovadoras para cobrar las becas otorgadas por el Ifarhu?
5. ¿El personal del Ifarhu ha sido capacitado con inducciones o seminarios en el uso de estas plataformas?
6. ¿Considera usted que esta plataforma es eficaz?
7. ¿Continuaría utilizando el método anterior (cheque) solamente o solicitaría un mejor soporte de informática para mejorar la plataforma actual?

Técnica 2: Encuesta.

- Instrumento: Cuestionario de 10 preguntas cerradas (lo mencionas en 2.7.1). Es crucial que incluyas el cuestionario completo en los anexos y describas brevemente el tipo de preguntas (ej: escala Likert, opción múltiple).

Preguntas generales					
No.	Pregunta	Respuestas			
1	Pregunta 1: Sexo	Femenino	Masculino		
2	Pregunta 2: Edad	18-25	26-35	36-50	50 o más
3	Pregunta 3: ¿En que departamento del IFARHU labora?	Dirección de becas	Dirección de Crédito	Dirección de Finanzas	Dirección de Administración
Preguntas específicas					
4	Pregunta 4: ¿Sabe usted cuales son las plataformas digitales implementadas en el IFARHU?	Sí	No		
5	Pregunta 5: ¿Conoce usted, sobre el uso e instalación de la plataformas digitales?	Sí	No		
6	Pregunta 6: ¿Reciben quejas por parte de los estudiantes sobre las plataformas digitales?	la mayoría de las veces	casi siempre	siempre	nunca
7	Pregunta 7: ¿Conoce de la existencia de un manual instructivo que ayude a los estudiantes en instalación o problemas con la plataforma?	Sí	No		
8	Pregunta 8: ¿Conoce si se dictaron capacitaciones al personal?	Sí	No		
9	Pregunta 9: ¿Qué departamento de la institución considera usted debe encargarse de la divulgación de información sobre todo lo relacionado con las plataformas?	Dirección de becas	Dirección de Relaciones Públicas	Dirección de Tecnología e Informática	
10	Pregunta 10: ¿Considera que las plataformas han sido de ayuda a los estudiantes?	Sí	No		

4.5 Procedimiento

Nuestra investigación inicio agendando las entrevistas, no se solicitó permisos por escrito, las partes involucradas y directivos aceptaron colaborar con la investigación, se aplicaron encuestas y entrevistas a los funcionarios.

4.6 Análisis de Datos

Para datos cualitativos (entrevistas): Se utilizará análisis de contenido para identificar categorías y temas comunes (ejemplo: "desconocimiento", "falta de capacitación", "insatisfacción").

Para datos cuantitativos (encuestas): Se utilizará estadística descriptiva (porcentajes, frecuencias, medias) y se presentarán los resultados en tablas y gráficos.

4.7 Formularios (ver anexos)

4.8 Objetivos de la validación:

Nuestro objetivo de validación aplica en conseguir información lo más genuina posible para saber si nuestra solución resuelve los problemas de nuestros clientes internos, y conecta con sus necesidades y deseos.

4.9 Validación por especialistas

Especialistas en comunicación que revisaron el contenido de nuestras propuestas.

Ciara Pinto
Lic. Relaciones Públicas

Karelia Asprilla
Lic. Periodismo

CONCLUSIONES

El análisis de la encuesta nos permite conocer las exigencias, gustos o preferencias del personal acerca de las inconformidades por el mal funcionamiento del sistema. El diseño de las estrategias juega un papel de suma importancia, ya que puede ayudar a la comunicación corporativa del IFARHU. Se debe optar por añadir capacitaciones para el personal.

Deseamos contar con un cliente interno sólido, que dé una excelente atención al cliente es esencial. Los clientes quieren sentirse valorados y escuchados, y contar con un equipo dedicado a brindar un servicio excepcional, lo cual puede marcar la diferencia.

Una vez finalizadas las encuestas y viendo cada estereotipo, podemos concluir que la comunicación e interacción efectiva del equipo de trabajo influye notablemente para el logro de los objetivos de una empresa.

Para que la institución mejore su comunicación institucional interna, debe realizar cada ajuste y cambios para el papel de cada equipo de trabajo y aceptar este proyecto con miras a un futuro mejor, que mejore la imagen percibida por el cliente externo.

La proyección a futuro de instituir un mejor cliente interno, capacitado con todas las herramientas y manejo de información es el objetivo primordial de esta investigación; pero no será hecho realidad si no aceptamos los resultados obtenidos, como los que reflejó esta investigación.

RECOMENDACIONES

1. Se debe mejorar el interior de la institución desde los directivos, Estos deben estar dispuestos a escuchar las recomendaciones que a futuro mejorarán la reputación del IFARHU.
2. Desarrollar la identidad corporativa del IFARHU, esto se fundamenta incentivando a la empatía entre los colaboradores, no solo entre ellos, sino también con el cliente externo. En muchos estudios, la empatía ha sido la solución a todos los problemas corporativos. El funcionario debe entender, observar al compañero y ponerse en su lugar. Interiorizando reacciones y respuestas creamos así que el lenguaje sea apropiado y el feedback satisfactorio.
3. Ofrecer a los colaboradores, periódicamente, capacitaciones tanto del área digital a implementar y su contenido, problemas y soluciones como talleres obligatorios de mirroring que fortalezcan el comportamiento del colaborador. Los gestos o lenguaje corporal hablan mucho de la institución.
4. La pasión por el trabajo le da seguridad al colaborador, pues su forma de trabajo en equipo tiene mayores resultados porque se busca un fin en común.
5. La información debe tener un flujo constante por muchos medios, lo más importante es repetir y repetir. La ausencia de información es sujeto de malinterpretación y desinformación. Siempre existirán circunstancias inherentes que provoquen desvirtualización del contenido y conlleven malinterpretación. Si el mensaje se repite alto y claro, podremos responder ante estos casos.
6. La actualización de diversas formas de pago debe comunicarse no solo a las áreas que les corresponde dicho trabajo, sino que se debe capacitar a toda la institución.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Balarezo, B. (2014) “*La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa SAN MIGUEL DRIVE.*” / <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6696/1/132%20o.e.pdf/> consultado el 12 de enero de 2024.
- Corro, K. (2012) “*optimización de la comunicación interna en el personal de una casa editorial*” / http://up-rid.up.ac.pa/5696/1/katia_corro.pdf/ consultado el 14 de enero de 2024.
- Endara, C. (30 de septiembre de 2022). IFARHU Aclara denuncias sobre sistema “MiWallet”. https://www.tvn-2.com/nacionales/ifarhu-aclara-denuncias-sistema-wallet_1_2009477.html/ consultado el 23 de noviembre de 2023.
- Moreno Zuluaga (2020). “Concepto de capacitación” / <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio//handle/20.500.12404/17069/> consultado el 13 de octubre de 2025.
- Esquen, B. (18 de enero de 2024). PASE-U 2024 ¿Por qué no puedo ingresar a la plataforma? <https://larepublica.pe/datos-ir/panama/2024/01/18/paseu-2024-por-que-no-puedo-ingresar-a-la-plataforma-panama-digital-lrtmc-1633194/> / consultado el 4 de febrero de 2024.
- Girón, A. (diciembre de 2007). Word press. Obtenido de Word press: <https://fcvinta.files.wordpress.com/2014/08/teoria-de-la-difusion-de-innovaciones.pdf/> consultado el 14 de enero de 2024.
- Morales, P. (2010) ““La incorrecta Comunicación Interna limita el Servicio al Cliente de Global Tel de la ciudad de Ambato durante el primer semestre del año 2010.” / <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1163/2/T%20042-2%20->

%20CS.pdf .

- Raeburn, A. (1 de Julio de 2021). Asana. Obtenido de Asana// <https://asana.com/es/resources/swot-analysis/> consultado el 18 de enero de 2024.
- Ruíz, N. (15 de agosto de 2023). Error en Listo Wallet ¿Puedo cobrar la beca digital? <https://www.telemetro.com/nacionales/error-listo-wallet-puedo-cobrar-la-beca-digital-te-informamos-donde-llamar-n5911392/> / consultado el 14 de enero de 2024.
- Robbins, S. (2005). Administracion: proceso y estructura (segunda ediccion). México: Prentice Hall. / consultado el 12 de enero de 2024.
- Raffino, E (28 de junio de 2020) concepto.de. Obtenido de HTTPS:// concepto.de. /comunicación corporativa/#ixzz6qnEbtEv / consultado el 4 de febrero de 2024.
- Redacción web, La Crítica. (27 de febrero de 2024) "Gente cabreada; siguen sin poder cobrar becas y Pase-U." <https://www.critica.com.pa/nacional/gente-cabreada-siguen-sin-poder-cobrar-becas-y-pase-u-666133./> consultado el 18 de enero de 2024.
- Universidad de Panamá Unidad de Planificación . (14 de mayo de 2015). Ifarhu/ Obtenido de <https://www.ifarhu.gob.pa/wp-content/uploads/2013/11/Plan-Estrate%CC%81gico-IFARHU-2014-2019.pdf/> consultado el 4 de febrero de 2024.

ANEXOS

Árbol de Objetivo

Estudiantes
reciben sus pagos

Funcionarios
totalmente capacitados
en el tema

Imagen de la Institución
bien posicionada ante el
público

**Eficiencia en el uso de las
Plataformas Digitales por
parte de los funcionarios**

Funcionarios
del
departamento
de becas
capacitados

Estudiantes
saben hacer
uso de la
plataforma
digital

Departamento de
Relaciones públicas se
involucran con la
información de la
plataforma para el
publico

Departamento de
Informática comparte
la información que
obtiene del uso de la
plataforma digital



PONTIFICIA UNIVERSITAS XAVERIANA



Cum alumna **ARELIS OMAIRA MONTENEGRO GONZALEZ**

Omnia studia persolverit quae ad **LICENTIAM** requiruntur
cumque ea praescriptis experimentis comprobaverit, illam promovet ad titulum



LICENTIATAE IN SCIENTIIS EDUCATIONIS – LINGUIS MOD.

IN CUIUS REI TESTIMONIUM HOC DIPLOMA UNIVERSITATIS SIGILLO FIRMATUM EXPEDITUR



Datum Bogotae die XX mensis AVGVSTI anni MCMLXXVI

Alfredo Quintana C. S. J.
Decano

Juan Manuel C. S. J.
Secretarius

ALCALDIA MAYOR DE BOGOTA, D. E.

Anotado al folio No. 87 del Libro No. 4
El Secretario de Educación

Bogotá D. E. a 15 de Agosto de 1976

Panamá, 22 de octubre del 2024

Sres.
UNIVERSIDAD DE PANAMÁ
E.S.D.

Estimados Señores:

El suscrito notifica haber revisado por solicitud de las estudiantes **Mireya Dianeth Cabrera Madrid** con cédula de identidad personal No. **8-877-1280** y **Griselda Maruquel Jiménez** con cédula de identidad personal No. **8-773-2014**, el Proyecto de Intervención de la Maestría en Comunicación Corporativa con Énfasis en Manejo de Crisis, y a su vez doy fe de que el documento cumple satisfactoriamente con todos los requisitos formales de ortografía y de redacción exigidos por el idioma español.

Atentamente,



Prof. Arelis O. Montenegro G.
Profesora de idiomas