

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Departamento de Ejercicio Profesional Supervisado
(EPS) – Licenciatura

Tema

**Fortalecimiento de la comunicación externa de la
Federación Nacional de Atletismo de Guatemala**

Francisco Antonio Castellanos García

**Previo a optar por el título de
Licenciado en Ciencias de la Comunicación**

Asesor:

M.A. Marco Julio Ochoa España

Guatemala, noviembre 2015

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

Director

Lic. Julio E. Sebastián Ch.

Consejo Directivo

Representante de Docentes

M.A. Amanda Ballina

Lic. Víctor Carillas

Representante de los Estudiantes

Joseph Mena

Carlos León

Representante de los Egresados

Lic. Michael González Batres

Secretaría Académica y Administrativa

M.Sc. Claudia Molina

Coordinador General de EPS

M.Sc. Sergio Morataya

Coordinador de EPS

M.A. Marco Julio Ochoa España

Supervisor

Licda. Brenda Yanira Chacón

Supervisor

Licda. Evelin Morazán Gaitán



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

Guatemala, 11 de febrero 2015

EPSL-B73-2015

Licenciado:

Nilton Alexis Noriega Pereira

FEDERACIÓN NACIONAL DE ATLETISMO GUATEMALA

Ciudad Guatemala

Licenciado Noriega:

Por medio de la presente solicito se sirva recibir como practicante de licenciatura en Ciencias de la Comunicación, al(a) estudiante: **FRANCISCO ANTONIO CASTELLANOS GARCÍA**, carné 201016555, quien manifestó su deseo de hacer Practica Profesional Supervisada en su institución, para el efecto, se requiere lo siguiente:

- Extenderle una carta de aceptación
- Facilitarle los materiales para hacer su práctica.
- Aceptar que dentro del Plan y Estrategia de Comunicación de 2015 de su institución, el(a) estudiante tenga la oportunidad de hacer un diagnóstico, elaborar un plan y ejecutar una estrategia, que ayude al Proceso de Comunicación Interno o Externo de su Institución.
- Autorizar que se supervise el Ejercicio Profesional – EPS-.

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

MA. Marco Julio Ochoa
Coordinador EPS Licenciatura
Cel. 59000007

FEDERACIÓN NACIONAL DE
ATLETISMO



GUATEMALA, C. A.

3:28pm

Copia. archivo
MJOE-EMMG



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfono: (502) 2418-8920
Telefax: (502) 2418-8910
www.comunicacionusac.org



Federación Nacional de Atletismo de Guatemala

OFICIO No. 107-2015/GT-FNA
Guatemala, 24 de marzo de 2015

M.A. Marco Julio Ochoa
Coordinador EPS Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado M.A. Ochoa:

Por medio de la presente me dirijo a usted, con el propósito de hacer de su conocimiento que hemos autorizado al estudiante **Francisco Antonio Castellanos García**, carné 201016555, perteneciente a la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala para la realización del Ejercicio Profesional Supervisado correspondiente a la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, en nuestra institución, teniendo presente que debe cumplir con un total de 300 horas de práctica comprendidas entre los meses de febrero y agosto de 2015.

Sin otro particular que agregar a la presente, me es grato suscribirme de usted.

Atentamente,

Lic. Nilton Alexis Noriega Pereira
Director Técnico
FEDERACIÓN NACIONAL DE ATLETISMO

C.C. Archivo



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

Guatemala 29 de octubre del 2015

Estudiante Epesista de Licenciatura:
Francisco Antonio Castellanos García
Carné no. 201016555
Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Luego de evaluado su trabajo académico impreso y de campo titulado: **“Fortalecimiento de la comunicación externa de la Federación Nacional de Atletismo de Guatemala”**, y haber sustentado el examen y defensa de su proyecto de EPS de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, se da por Aprobado por Unanimidad del Tribunal Examinador su trabajo final y se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y la impresión de su trabajo final de EPSL en un número de 7 ejemplares impresos que deberá entregar a diferentes instancias así como 3 CD's con el documento incluido en formato PDF los cuales deberá entregar a las Bibliotecas Flavio Herrera y la Central, y a la Comisión de Tesis de la E.C.C.

Sin más que constatar:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

MA. Marco Julio Ochoa
Coordinador EPS Licenciatura

Cel. 59000007



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfono: (502) 2418-8920
Telefax: (502) 2418-8910
www.comunicacionusac.org

“Para efectos legales, únicamente el autor es responsable del contenido del presente trabajo investigativo”.

Dedicatoria

A mis padres: Flor de María y Wilfred por ser mi fortaleza y mi guía; quienes me han provisto de lo necesario, pero sobre todo, quienes con amor y sabiduría han sabido enseñarme el valor del sacrificio, el esfuerzo, la perseverancia y la tenacidad como virtudes necesarias para cumplir con todos los propósitos y anhelos trazados.

A mis hermanas: Carmen Lucía y Flor de María por acompañarme en el camino de la vida y por ser parte fundamental de mi crecimiento como ser humano, gracias por compartir sueños conmigo, por su fraternidad, cariño y confianza.

A quienes estuvieron siempre: Ruth Morales, Manuel Álvarez, Andrea García, Isabel Corado, Regina Sosa, Jairo Alarcón y Malvina Celada, por su apoyo incondicional, su sinceridad, su cariño y porque siempre tuvieron las palabras precisas en el momento justo para animarme, reprenderme y levantarme.

A mi familia: abuelos, tíos y primos, por brindarme aprecio sincero, por compartir etapas importantes de mi vida y por su ejemplo de superación y fraternidad.

A mis amigos de la Universidad: Abdiel Cifuentes, Vivian Martínez, Leslie Cuj y Dana Montes, gracias por compartir conmigo cinco años de academia plagados de experiencias, aprendizaje y sobre todo crecimiento personal y grupal.

Al M.A. Marco Julio Ochoa: por compartir sus conocimientos, por su dedicación e interminables enseñanzas plagadas de experiencia.

Al Licenciado Nilton Noriega: por abrirme las puertas de la Federación Nacional de Atletismo de Guatemala, ya que con esto me dio la oportunidad de conocer y ayudar a la población atlética y a la institución, poniendo en práctica el conocimiento adquirido en el lugar donde mejor podría hacerlo.

A la Universidad de San Carlos de Guatemala: Por ser la casa de estudios de nivel superior que me albergó durante estos años y me permitió trazar un camino en busca de la superación integral y de la excelencia.

Índice

Introducción.....	I
Título del tema.....	I
Antecedentes.....	II
Justificación.....	III
Capítulo 1	
El diagnóstico.....	1
1.1.- Diagnóstico Comunicacional	1
1.2.- Comunicación	2
1.3.- Tipos de Comunicación.....	4
1.3.1.- Comunicación verbal	4
1.3.2.- Comunicación no verbal	4
1.4.- Tipos de diagnóstico de comunicación privilegiados en el análisis	5
1.4.1.- Diagnósticos de comunicación interna.....	5
1.4.2.- Diagnósticos de comunicación externa.....	6
1.5.- Observación.....	10
1.6.- Tipos de Observación	11
1.6.1.- Observación Cualitativa	11
1.6.2.- Observación Cuantitativa.....	11
1.6.3.- Observación Estructurada	12
1.6.4.- Observación Documental o Bibliográfica.....	12
1.6.5.- Observación Directa, Simple o Experimental	12
1.7.- Conclusiones de lo observado	12
1.8.- Objetivos del Diagnóstico.....	15
1.9.- Descripción Institucional.....	15
1.10.- ¿Qué es y cómo se conforma?	16
1.11.- Antecedentes de la Institución.....	17
1.12.- Misión Institucional	19
1.13.- Visión Institucional.....	19
1.14.- FODA Institucional	20
1.15.- FODA Comunicacional.....	21

Capítulo 2

Análisis de resultados del diagnóstico.....	22
2.1.- Metodología	22
2.2.- Descripción del tipo de comunicación utilizada.....	23
2.2.1.- Comunicación organizacional externa	23
2.2.2.- Comunicación organizacional	25
2.2.3.- Comunicación externa	27
2.3.- Tipo de investigación.....	27
2.3.1.- Cuantitativa	27
2.3.2.- Descriptiva	28
2.4.- Entrevistas	29
2.4.1.- Entrevista #1	30
2.4.2.- Entrevista #2.....	31
2.5.- Encuesta.....	32
2.5.1.- Fórmula aplicada a la población	32
2.5.2.- Descripción de la fórmula.....	32
2.6.- Cronograma de actividades.....	34
2.7.- Presentación de Resultados.....	35
2.8.- Conclusiones.....	45

Capítulo 3

Propuesta de Comunicación.....	46
3.1.- Plan de Comunicación	46
3.2.- Objetivos de la propuesta.....	47
3.3.- Descripción de la propuesta.....	48
3.4.- Justificación de la propuesta	48
3.5.- Estrategia para su implementación	49
3.6.- Cronograma de ejecución	50

Capítulo 4

Control y seguimiento.....	52
4.1.- Ejecución de propuestas	52
4.1.1.- Cuenta oficial en Facebook de la FNA.....	52
4.1.2.- Cuenta oficial en Instagram de la FNA.....	55

4.1.3.- Cuenta oficial en Twitter de la FNA.....	56
4.1.4.- Página Web Institucional	57
4.1.5.- Tablas de Réconds Nacionales Corregidas	59
4.2.- Descripción de materiales utilizados	60
Conclusiones generales	62
Recomendaciones generales	63
Bibliografía	64
E-grafía	65
Anexos	66

Introducción

El Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, constituye la culminación de la carrera de Licenciatura con la que cada año la Universidad de San Carlos de Guatemala brinda, gracias a su misión formadora, nuevos profesionales de la comunicación al campo laboral.

A continuación se presenta el informe de diagnóstico del trabajo de investigación y el análisis comunicacional realizado en el transcurso del EPS en las oficinas administrativas de la Federación Nacional de Atletismo de Guatemala.

Para llevar a cabo este proyecto se utilizaron herramientas de tipo cualitativo y cuantitativo que fueron compartidas al grupo objetivo con el propósito de realizar un estudio que permitiera detectar los problemas comunicacionales existentes.

El resultado del diagnóstico evidenció que en la institución resulta indispensable agilizar la comunicación externa, para así poder mantener actualizada a la población con respecto a las actividades que se encuentren relacionadas directamente con el quehacer de la Federación Nacional de Atletismo.

Como solución a las deficiencias encontradas en el diagnóstico, se plantea un proceso de creación, desarrollo y fortalecimiento de la comunicación externa, basado en el uso adecuado y constante de la página web y las redes sociales, que permita brindar información actualizada y a la vez interactuar de manera directa e inmediata con el grupo objetivo, esto a través de la generación de noticias, entrevistas, estadísticas, historia e imágenes que permitan dar a conocer la labor realizada por la institución.

Tema

“Fortalecimiento de la comunicación externa de la Federación Nacional de Atletismo de Guatemala”.

Antecedentes

En cuanto al proyecto realizado en la Federación Nacional de Atletismo de Guatemala, relacionado con la creación, desarrollo y fortalecimiento de la comunicación externa, en la que se tuvo como propósito de divulgar y exaltar la imagen de la institución hacia el público en general se partió de la siguiente fuente:

Durante el año 2005, fue presentado en la Facultad de Comunicación Audiovisual del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid el manual “Comunicar para ganar en el Deporte” por el docente Guillermo León Zapata Montoya.

El manual presentado es un estudio donde se muestran detalladamente los procesos a seguir para llevar a cabo procesos comunicacionales exitosos dentro de instituciones relacionadas al ámbito deportivo.

Además hace referencia a la importancia de contar con un departamento de comunicación como herramienta primordial de trabajo; nos indica que este departamento, debe ser creado pensando estratégicamente en el desarrollo de la institución y tomando en cuenta que este pueda resolver problemas que se presenten, puede llegar a convertirse en pieza fundamental del andamiaje organizativo de la institución deportiva.

El departamento de comunicación, según indica, es un instrumento fundamental en la estructura organizativa de la institución, desarrolla las labores comunicativas tanto a nivel interno como externo y tiene como propósito cumplir con las tareas informativas periódicas que demanda la organización, cubriendo las expectativas de los diferentes públicos que conforman la estructura. Toda la labor realizada por dicho departamento tiene como propósito mejorar el funcionamiento y ganar reconocimiento social en base a la buena imagen que pueda proyectar.

Esta investigación ayudó, por tanto, a la comprensión de los procesos requeridos para obtener procesos comunicacionales exitosos, que posteriormente se crearon con la finalidad de brindar el contenido necesario sobre las actividades realizadas por la Federación Nacional de Atletismo.

Justificación

Como profesional de la Escuela de Ciencias de la Comunicación considero importante aplicar los conocimientos adquiridos durante el transcurso de la carrera en pro del desarrollo de la nación.

Teniendo presente la necesidad que posee la sociedad en cuanto educar de manera integral a las nuevas generaciones, decidí incidir en un área conocida para mí, el Atletismo en Guatemala, cubriendo las necesidades comunicacionales requeridas por el grupo objetivo que interactúa con esta institución.

El proyecto de EPS se realizó durante un período de 800 horas, dentro de las que se ejecutó una estrategia de comunicación externa con el propósito de contribuir con el funcionamiento del Departamento de Relaciones Públicas.

Se buscó fortalecer los procesos de difusión y comunicación a través de la producción y transmisión de mensajes relacionados a las actividades realizadas por la Federación y que a la vez, esto sirviera como instrumento de masificación e identificación para con la población atlética.

Se fortalecieron las plataformas utilizadas por la institución en *Facebook* y en la página web oficial que existían desde antes de la realización del proyecto, además, se crearon perfiles en *Instagram* y *Twitter* con el fin de aumentar el rango de cobertura de la Federación Nacional de Atletismo. Todas estas cuentas fueron actualizadas con nuevo contenido, se les brindó seguimiento y además se propiciaron canales que facilitaron la interacción con el público. El éxito de la misma influirá no sólo en la población atlética sino en la percepción externa que genere la Federación Nacional de Atletismo de Guatemala.

Capítulo I

El Diagnóstico

1.1.- Diagnóstico Comunicacional

El presente documento contiene dentro de sí, un proceso dentro del que se inicia la identificación estructural actual de una institución y de los grupos de trabajo que la integran, esto con el propósito de tener un concepto claro del quehacer y la forma de ejecutar los procesos de comunicación de la entidad y a la vez de evaluar la efectividad de los mismos.

Resulta indispensable aclarar que existen múltiples discernimientos a tomar en cuenta con respecto al diagnóstico, y específicamente el dirigido a los aspectos comunicacionales, resulta pertinente en este caso citar el concepto brindado por Tamayo y Tamayo cuando indica que “este proceso de la investigación es apropiado en situaciones en las que se desea estudiar intensivamente características básicas, situación actual e interacciones con el medio de una o unas pocas unidades tales como individuos, grupos, instituciones o comunidades”.¹

Además de lo anterior Tamayo y Tamayo indica que este tipo de investigaciones tienen como características el estudio a profundidad de una unidad de observación, dentro de las que se toma en cuenta las características y procesos específicos o el comportamiento total de esa unidad en su ciclo de vida total o un segmento de ella.

Finalmente vale mencionar que estos procesos resultan particularmente útiles para obtener información básica que servirá para planear investigaciones más amplias, pues, debido a lo intensivo de la indagación, arrojan luz sobre importantes variables, interacciones y procesos que merezcan ser investigados más extensivamente.

¹ Tamayo y Tamayo, Mario. 2002, “El Proceso de la Investigación Científica”, Cuarta Edición, México DF.

Según menciona Prieto² en 'Retórica y manipulación masiva' el diagnóstico comunicacional es una herramienta utilizada con el propósito de evaluar y analizar las prácticas sociales llevadas a cabo por el grupo en cuestión, éstas se encuentran orientadas a tener un conocimiento sistemático sobre el conjunto, con el objeto de reconocer a través de esa vía las fortalezas y debilidades a tomar en cuenta dentro del proceso de planificación; éstas acciones se encontrarán destinadas a procurar modificaciones pertinentes dentro de la comunicación, con el fin de ayudar a producir cambios que beneficien al grupo, la comunidad que abarca o la institución como tal.

1.2.- Comunicación

Según indica Felipe Nieves Cruz, en castellano el radical "común" es compartido por los términos comunicación y comunidad. Ello indica, como punto etimológico, la estrecha relación entre "comunicarse" y "estar en comunidad". En pocas palabras, se "está en comunidad" porque "se pone algo en común" a través de la "comunicación".³

Asimismo, la reseña del libro "El proceso de la comunicación", de David K. Berlo precisa que "comunicarse, para el hombre, es tan natural e imprescindible como respirar. Y durante las últimas décadas del siglo veinte las diversas formas de hacerlo han sufrido cambios tan profundos y vertiginosos que sus redes constituyen la nueva atmosfera del planeta. La comunicación es, pues, un fenómeno en el que convergen todas las ciencias del hombre y los más increíbles avances tecnológicos. Se relaciona tanto con las disciplinas que involucra la antropología, como con las actividades desplegadas por educadores, agentes de relaciones públicas y navegantes de Internet. De ahí que para comprender el proceso de la comunicación sea necesaria una visión abarcativa y coherente".⁴

² Prieto Castillo, Daniel. Coyoacán 1998, "Retórica y manipulación masiva", Tercera Edición, México D.F.

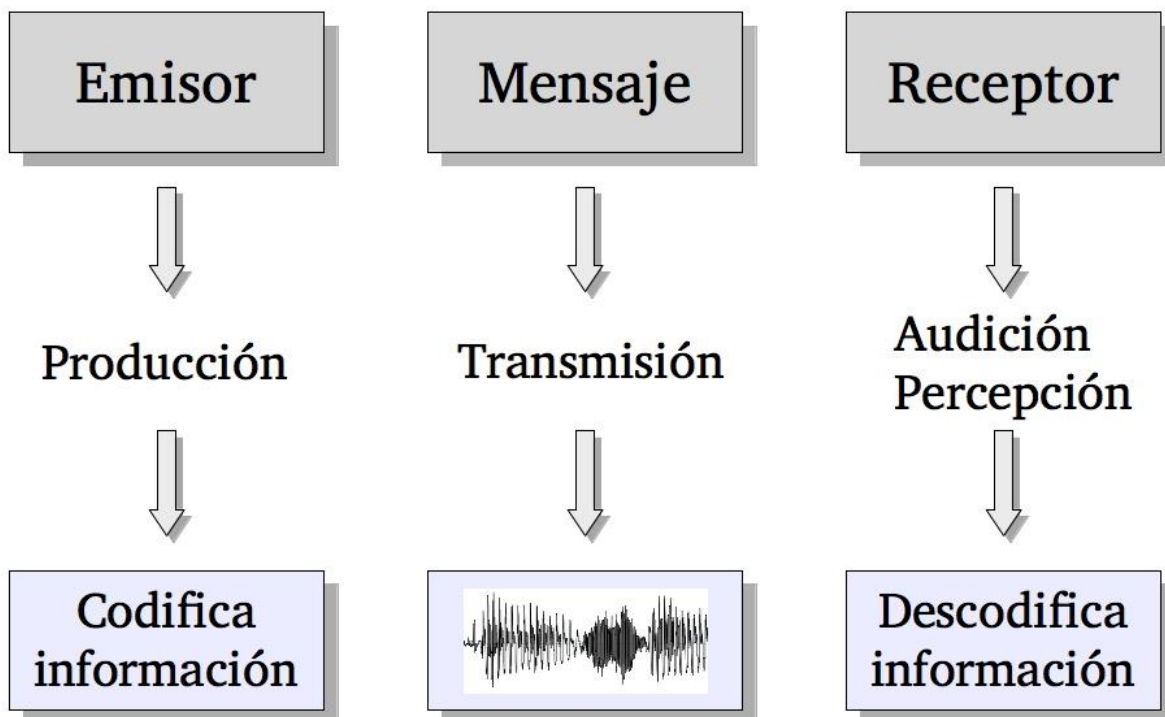
³ Nieves Cruz, F. 2006, Gestipolis.com. Disponible en:
<http://www.gestipolis.com/canales7/ger/conceptos-de-comunicacion.htm>

⁴ Berlo, David K. 2000, "El proceso de la Comunicación", El Ateneo.

La comunicación es por tanto una herramienta indispensable que surge junto con la humanidad misma y la conformación e integración de una sociedad como tal. De no existir la comunicación no podría existir tampoco una vida en sociedad que permitiera la interacción, ya sea de seres humanos o cualquier ser vivo. El compartir mensajes, ideas, conceptos, criterios y demás facilita la interacción y la interrelación entre seres de una misma naturaleza aunque su origen sea distinto.

De acuerdo a lo anterior podría considerarse a la comunicación como el eslabón que genera una relación social dentro de la que tanto el emisor como el receptor de los distintos mensajes emitidos de manera recíproca pueden convivir en armonía y comprenderse el uno al otro, generando así un estado social indispensable por naturaleza e instinto.

Para que se dé esta comunicación debe existir, como se mencionó previamente, un sistema en común entre los interesados en llevar a cabo procesos comunicacionales, debe existir cierto grado de correlación en cuanto a la interpretación de diferentes ídoles.



Fuente: <http://blogescolart.blogspot.com/>

1.3.- Tipos de Comunicación

De acuerdo a la forma en que se lleven a cabo los procesos comunicacionales, podemos definir dos tipos de comunicación esencial:

1.3.1.- Comunicación verbal

La comunicación verbal a su vez puede subdividirse de dos formas, oral: la que se realiza a través de lo que hablamos o la escrita, que es la que se proyecta a través de trazos.

Existen diversos tipos de comunicación oral a través de los que se tiene como objeto expresar de manera inmediata y en la mayoría de ocasiones espontánea distintos tipos de sensaciones, sentimientos y pensamientos, entre muchos otros. Los distintos ruidos representan la forma básica de comunicación que se puede establecer en un entorno social.

Con el transcurrir del tiempo se progresó en cuanto a la complejidad y especificidad en la forma de emitir y recibir conceptos, debido a esto se generaron los diferentes idiomas o lenguajes. Se hilvanaron distintos sonidos que articulados en distinto orden, de una particular manera y en un específico contexto transmitían conceptos determinados a quien recibía el mensaje.

La Real Academia Española, en su vigésimo tercera edición, afirma que la escritura es: “Representar las palabras o las ideas con letras u otros signos trazados en papel u otra superficie”, por otra parte define hablar de la siguiente manera: “Articular, proferir palabras para darse a entender”.⁵

1.3.2.- Comunicación no verbal

La comunicación no verbal se lleva a cabo a través de múltiples maneras dentro de las que vale la pena mencionar las visuales, auditivas, olfativas y táctiles. Sonidos, onomatopeyas, gesticulaciones y movimientos corporales resultan vías comunes de este tipo de comunicación.

⁵ Diccionario de la Real Academia Española, XXIII Edición, 2014. Disponible en: <http://lema.rae.es/drae/>

La comunicación no verbal se caracteriza por tener una relación directa con la comunicación verbal en la mayoría de los casos, puesto que regularmente se emplean al mismo tiempo.

También suele ser normada dentro de los procesos comunicativos que se llevan a cabo en sociedad. Este tipo de comunicación refuerza o disminuye el mensaje compartido. Éstos se encuentran directamente ligados a la cultura dentro de la que se encuentren los individuos que se comuniquen, existen signos propios para cada grupo y cada región.

1.4.- Tipos de comunicación privilegiados en el análisis

Según documentos consultados, los diagnósticos comunicacionales que poseen mayor preponderancia por su dimensión de estudio y su enfoque específico son los siguientes:

1.4.1.- Comunicación interna

Este tipo de diagnóstico se centra en los procesos de comunicación que se dan dentro de los miembros o empleados de la institución. Carlos Fernández Collado nos dice que la comunicación organizacional es “el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio”, además la define como “Un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, entre la organización y su medio; o bien, influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que ésta última cumpla mejor y más rápido los objetivos”.⁶

Fernández Collado indica además que diversas investigaciones han comprobado una y otra vez que existe un amplio rango de asuntos que a los empleados les interesa conocer, los cuales básicamente pueden agruparse en tres categorías:

⁶ Fernández Collado, Carlos. 2005, “La comunicación en las organizaciones”, Editorial Trillas, España.

información relacionada con la organización, información acerca del trabajo e información sobre asuntos que afectan a la vida personal y familiar.

En el primer rubro se incluye todo lo relacionado con lo que la organización es y hace. Por increíble que parezca, hay empresas en las que la gente apenas conoce lo que tiene que ver con su ámbito concreto de trabajo, ignorando cosas tan importantes como los objetivos, estrategias y planes institucionales (por no hablar de misión, visión y valores), los resultados alcanzados, el tamaño y alcances de la operación, la dispersión geográfica, las políticas y procedimientos más importantes o hasta los productos y servicios que ofrece.

La segunda categoría está relacionada con la información concerniente al trabajo, es tan crítica como descuidada en muchas organizaciones. Comprende todo lo que las personas necesitan para saber lo que se espera de ellas, los parámetros bajo los que va a ser evaluado su desempeño y la forma en que se considera que han hecho las cosas. También incluye la información que requieren para llevar a cabo sus funciones y responsabilidades así como para tomar buenas decisiones.

Para finalizar, las personas quieren saber todo aquello que repercutirá, de manera directa o indirecta en su bienestar personal y familiar, hállese de prestaciones, beneficios, capacitaciones, asensos, seguridad, higiene, políticas administrativas de recursos humanos y además en actividades culturales, sociales y deportivas en las que pudiera participar.

Con esto se evidencia la necesidad que tienen todas las personas ligadas a determinada institución de recibir información pertinente de una manera inmediata y concisa.

1.4.2.- Comunicación externa

De acuerdo lo descrito por Muriel y Rota: “los medios o canales, de comunicación son el método de difusión que se emplea para enviar el mensaje. Estos pueden dividirse a grandes rasgos: mediatizados y directos. Los canales mediatizados son los que requieren de algún tipo de tecnología para la producción de mensajes y el

contacto entre la fuente y el receptor o receptores, no es directo, sino a través de algún vehículo físico externo. Los canales directos dependen de la capacidad y habilidad individual para comunicarse con otros cara a cara. Por ejemplo, hablar, escuchar, indicios no verbales, etc.”.⁷

Con el propósito de determinar las necesidades de comunicación existentes dentro de la institución el planificador contar con documentos que apoyen este proceso, que aunado al proceso de observación, a la realización de cuestionarios, entrevistas y cualquier clase de comunicación que considere conveniente entablar con el grupo observado le permita ampliar su panorama y crearse una imagen más certera de la entidad como tal.

También resulta conveniente darle seguimiento y una acuciosa observación a un determinado grupo de la institución durante el transcurso de toda una jornada laboral. Realizar procesos de análisis profundo de los mensajes emitidos que se logren capturar, analizar el uso y aprovechamiento que se le dé a las redes sociales y a los procesos multimedia en general, analizar el organigrama y todo cuando enriquezca el proceso.

Debe apuntar no solo a la detección de problemas, sino a los resultados deseados, los obstáculos que deben eliminarse para llegar a ese fin. De acuerdo a la investigación que se pretende realizar deben aclararse conceptos como el de Investigación cuantitativa, descriptiva y otras que a continuación serán mencionadas:

“El enfoque cuantitativo (que representa un conjunto de procesos) es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar o eludir” pasos, el orden es riguroso, aunque, desde luego, podemos redefinir alguna fase. Parte de una idea, que va acortándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos

⁷ María Luisa Muriel, Gilda Rota. 1980, “Comunicación institucional: enfoque social de relaciones públicas”, Editorial Andina, Ecuador.

y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica”.⁸

De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se desarrolla un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas (con frecuencia utilizando métodos estadísticos), y se establece una serie de conclusiones respecto de la(s) hipótesis.

El enfoque cuantitativo parte de una idea, a esta le sigue el planteamiento del problema, luego se da la revisión de la literatura y el desarrollo del marco teórico, posteriormente surge la visualización del alcance del estudio, la elaboración de hipótesis y definición de variables, el desarrollo del diseño de investigación, definición y selección de la muestra, recolección de datos, análisis de los datos y elaboración del reporte de resultados”.

El enfoque cuantitativo tiene las siguientes características:

El investigador o investigadora plantea un problema de estudio delimitado y concreto. Sus preguntas de investigación versan sobre cuestiones específicas.

Una vez planteado el problema de estudio, el investigador considera lo que se ha investigado anteriormente y construye un marco teórico del cual deriva una o varias hipótesis, éstas se generan antes de recolectar y analizar los datos.

La recolección de datos se fundamenta en la medición de variables o conceptos contenidos dentro de la hipótesis.

Debido a que los datos son producto de mediciones se representan mediante números y se deben analizar a través de métodos estadísticos.

En el proceso se busca el máximo control para lograr que otras explicaciones posibles distintas o “rivales” a la propuesta del estudio, sean desechadas y se excluya la incertidumbre y minimice el error.

⁸ Hernández, Fernández y Baptista. 2010, “Metodología de la investigación”, Quinta edición, Chile.

Los análisis cuantitativos se interpretan a la luz de las predicciones iniciales y de estudios previos.

La investigación cuantitativa debe ser lo más “objetiva” posible. Los fenómenos que se observan y/o miden no deben ser afectados por el investigador.

Los estudios cuantitativos siguen un patrón predecible y estructurado y se debe tener presente que las decisiones críticas se efectúan antes de recolectar los datos.

En una investigación cuantitativa se pretende generalizar los resultados encontrados en un grupo o segmento (muestra) a una colectividad mayor (universo o población). Al final, con los estudios cuantitativos se intenta explicar y predecir los fenómenos investigados, buscando regularidades y relaciones causales entre elementos. Esto significa que la meta principal es la construcción y demostración de teorías (que explican y predicen).

Para este enfoque, si se sigue rigurosamente el proceso y, de acuerdo con ciertas reglas lógicas los datos generados poseen los estándares de validez y confiabilidad, y las conclusiones derivadas contribuirán a la generación de conocimiento.

Esta aproximación utiliza la lógica o razonamiento deductivo, que comienza con la teoría y de ésta se derivan expresiones lógicas denominadas hipótesis que el investigador busca someter a prueba. La investigación cuantitativa pretende identificar leyes universales y causales.

Hernández, Fernández y Baptista afirman que: “con frecuencia, la meta del investigador consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y eventos; esto es, detallar cómo son y se manifiestan. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. A través de estos procedimientos únicamente se pretende obtener

información acerca de los conceptos y variables a las que se refiere, sin pretender explicar de qué manera se relacionan.

La investigación descriptiva busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población. Así como los estudios exploratorios sirven fundamentalmente para descubrir y prefigurar, los estudios descriptivos son útiles para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación.

En esta clase de estudios el investigador debe ser capaz de definir, o al menos visualizar, qué se medirá (qué conceptos, variables, componentes, etc.), y sobre qué o quiénes se recolectarán los datos (personas, grupos, comunidades, objetos, animales, hechos, etc.)”.

1.5.- Observación

La observación es la técnica de investigación básica, sobre las que se sustentan todas las demás, ya que establece la relación básica entre el sujeto que observa y el objeto que es observado, que es el inicio de toda comprensión de la realidad.

De acuerdo a palabras de Zorrilla, algunos autores entienden por observación a la expresión de la capacidad del sujeto investigador de lograr ver todo cuanto enriquezca el proceso estudiado, verlas y analizarlas utilizando el método indicado, teniendo como base una preparación tanto técnica como académica adecuada que permita llegar a buen término; únicamente a través de esta forma el observador conseguirá dirigir su atención al aspecto central que le interesa, logrando así hilvanar sus sentidos con los instrumentos que corroboren las percepciones obtenidas con anterioridad.⁹

De acuerdo a palabras de Bunge “la observación propiamente dicha puede caracterizarse como una percepción intencionada e ilustrada: intencionada o

⁹ Zorrilla Arena, S. (1985), “Introducción a la metodología de la investigación”, Editorial Océano, México.

deliberada porque se hace con un objetivo determinado; ilustrada porque va guiada de algún modo por un cuerpo de conocimiento.

El objeto de la observación es un hecho del mundo interno o externo del observador. En particular, el objeto externo puede consistir en una serie de señales en un papel: la lectura, que supone a la vez visión e interpretación, es efectivamente un caso típico de observación.

Si el hecho ocurre en el observador, puede ser necesaria la introspección, porque un observador externo no consigue observar más que los actos de comportamiento que acompañan a un hecho interno. Pero sea interno o externo, el objetivo tiene que ser perceptible para que podamos hablar de observación directa”.¹⁰

1.6.- Tipos de Observación

1.6.1.- Observación Cualitativa

Hernández, Fernández y Baptista dicen que la observación cualitativa no es mera contemplación (sentarse a ver el mundo y tomar notas), nada de ello implica adentrar en profundidad a situaciones sociales y mantener un papel activo, así como una reflexión permanente ante los hechos que se observan, la observación cualitativa va más allá, resaltando cada aspecto que el individuo perciba y asigne, con el fin de crear criterios que sean fáciles de evaluar.¹¹

1.6.2.- Observación Cuantitativa

Hernández, Fernández y Baptista hacen énfasis en que en ella, el investigador utiliza instrumentos más detallados, métodos y fórmulas numéricas que permitan la solución del problema.

¹⁰ Bunge, M. 1975, “La investigación científica”, Cuarta Edición, Barcelona.

¹¹ Hernández; Fernández y Baptista. 2006, “Metodología de la investigación”, Cuarta Edición, México.

1.6.3.- Observación Estructurada

Hernández, Fernández y Baptista hablan sobre el tipo de observación estructurada, el investigador utiliza instrumentos más detallados para la recopilación de los datos, estableciendo con anterioridad los aspectos que se han de observar.

1.6.4.- Observación Documental o Bibliográfica

Bavaresco explica que la técnica de observación documental tiene su apoyo en los distintos tipos de notas de contenido: información general, resumen, paráfrasis, comentarios o confrontación directa (textual o literal), entrevista personal, mixta y cruzada, así como en las técnicas de la cita al pie de página y en la bibliografía final del trabajo de investigación.

1.6.5.- Observación Directa, Simple o Experimental

Bavaresco dice que la observación directa se puede considerar como la técnica de mayor importancia, por cuanto es la que conecta al investigador con la realidad, es decir, con el objeto o problema.¹²

1.7.- Conclusiones de lo Observado

La Federación Nacional de Atletismo (FNA) cuenta con personal encargado tanto del área administrativa como del área técnica. Teniendo como base y punto de partida esta descripción, es importante saber que dicho personal se encuentra dirigido por el Comité Ejecutivo que preside a la entidad.

Esta institución mantiene una estrecha relación con el Comité Olímpico Guatemalteco (COG) y con la Confederación Deportiva Autónoma de Guatemala (CDAG) quienes son los organismos encargados de suministrar los recursos económicos provenientes del Estado que se utilizan para su funcionamiento. La FNA se encuentra regida bajo los estatutos de distintas organizaciones, entre ellas la de mayor importancia es la Federación Internacional de Atletismo (IAAF),

¹² Bavaresco de Prieto, Aura M. 2006, "Proceso metodológico de la investigación", Cuarta Edición, España.

además forma parte de las distintas Asociaciones: Centroamericana, Centroamericana y del Caribe, Iberoamericana y Panamericana, entre otras.

El objetivo principal de la Federación Nacional de Atletismo, es por tanto, desarrollar el deporte en los 22 Departamentos de Guatemala de una manera sistematizada, capacitando entrenadores que capten y formen a los potenciales talentos con el propósito de crear, en primera instancia, atletas que busquen un rendimiento óptimo de acuerdo a sus cualidades físicas, y en segunda instancia, formar agentes de cambio para la sociedad en que nos desenvolvemos, enseñando a través del deporte valores, principios, moral, ética y muchas virtudes más que se encuentran ligadas al olimpismo y formación de seres humanos integrales.

Al adentrarse en el campo comunicacional, resulta conveniente destacar la labor realizada por el Profesor Danilo Hernández como encargado de Estadística y Eventos, al divulgar los resultados obtenidos dentro de las distintas competencias a través del correo electrónico.

Sin embargo, estos correos no tienen un alcance total hacia la comunidad atlética y los medios de comunicación del país, motivo por el cual se hace indispensable el uso de las redes sociales y una página web oficial.

La *fan page* de *Facebook* ha sido creada en múltiples ocasiones, sin embargo no se ha actualizado con la frecuencia necesaria, debido a esto ha perdido el interés, la credibilidad y el seguimiento.

No existe a la fecha una cuenta oficial en *Twitter*, vía utilizada por gran parte de la población y por periodistas que podrían darle cobertura a las notas y boletines que esta institución pudiera proporcionar.

La página web oficial fue eliminada de la red y se decidió crear una nueva, ésta se encuentra todavía en proceso de construcción y su contenido es sumamente limitado hasta la fecha.

En cuanto a la comunicación interna cabe mencionar que cuentan con el equipo de cómputo necesario y suficiente para todo el personal. Vale la pena destacar el orden que existe en cuanto al uso de carpetas conectadas entre los equipos de cada uno de los integrantes del cuerpo técnico y administrativo; se encontraron carpetas específicas de cada área, a las que tienen acceso los diferentes miembros de forma ordenada por fecha, tema, área geográfica, institución con la que guardaba relación, etc.

A nivel interno existen tanto procesos comunicacionales bien realizados como problemas comunicacionales entre el área técnica y el área administrativa; cada una trabaja en ciertas ocasiones de manera separada actividades que guardan relación, esto provoca inconsistencias y muchas veces errores en los procesos a seguir por ambas partes.

En el nivel externo, como se explicó previamente, no existe una fuente oficial que se encargue de mantener actualizado a todo el público y a los miembros de la Federación acerca del acontecer de la entidad como tal, de las instituciones que se encuentran relacionadas con la FNA, de los atletas nacionales y sus resultados, de los eventos locales e internacionales, etc. Esto evita cualquier tipo de interacción con el grupo objetivo y con los distintos públicos a los que pretenda llegar la organización.

Se logró identificar dentro de la observación que la comunicación externa resulta deficiente y requiere de un proceso de fortalecimiento y desarrollo a través del cual se consiga crear un vínculo estable y sólido con el público meta de la institución.

Tomando en cuenta lo anterior se considera indispensable crear vías de comunicación que permitan interactuar con las personas interesadas, dando a conocer la labor institucional, resolviendo inquietudes, aclarando dudas y compartiendo información de interés; para esto se recomienda la implementación, seguimiento y actualización en el uso de redes sociales y página web oficial, además se recomienda el uso de *Twitter*, *Youtube* e *Instagram* como vías de

comunicación gráfica y multimedia del quehacer de la Federación Nacional de Atletismo.

Es importante tener claro que las necesidades y demandas de los miembros de la institución son primordiales al momento de crear un plan de comunicación; en ese sentido el objetivo será conocer la opinión y sobre todo los requerimientos del público al que se dirigirá la información de la entidad.

1.8.- Objetivos del Diagnóstico

Objetivo General

- Establecer los aciertos y desaciertos que ha tenido la Federación Nacional de Atletismo de Guatemala en el desarrollo comunicacional.

Objetivos Específicos

- Descubrir a través de qué forma lleva a cabo procesos de comunicación la Federación Nacional de Atletismo.

- Determinar las necesidades elementales tanto de la institución como del grupo objetivo con respecto a la temática comunicacional.

- Establecer los canales adecuados para interactuar con el grupo objetivo, captar su atención y mantener un adecuado proceso comunicacional.

1.9.- Descripción Institucional

La Federación Nacional de Atletismo es la institución encargada de dirigir el Atletismo a nivel nacional, sus oficinas administrativas se encuentran ubicadas en la 26 calle 9-31 zona 5, Palacio de los Deportes CDAG, Ciudad de Guatemala.

Las actividades deportivas de esta Federación se realizan en todos los departamentos del país, se encuentra conformada por 22 Asociaciones Deportivas Departamentales y cuenta con 7 pistas sintéticas de medidas oficiales para la realización de eventos.

La Presidenta de Comité Ejecutivo es la Licenciada Irina Ruano, mientras que la Secretaría está a cargo del Ingeniero Manuel Merino; ellos fueron electos por los representantes de las Asociaciones Departamentales durante el año 2014.

1.10.- ¿Qué es y cómo se conforma?

La Federación Nacional de Atletismo de Guatemala es quien se encarga de regir las actividades relacionadas al Atletismo en sus distintas ramas (pista, campo, cross y ruta). Se encuentra conformada por la Asamblea de Asociaciones Deportivas de Atletismo, Comité Ejecutivo, Órgano Disciplinario, Comisión Técnico-Deportiva y Personal Técnico-Administrativo.

Además de lo anterior la Federación Nacional de Atletismo (FNA), pertenece a distintas Asociaciones Internacionales y se encuentra regida por un marco jurídico, como se presenta a continuación:

AFILIACIONES

Afiliado con	Tipo de Afiliación
IAAF	Miembro oficial de la organización
APA	Miembro oficial de la organización
NACAC	Miembro oficial de la organización
CACAC	Miembro oficial de la organización
CADICA	Miembro oficial de la organización

IAAF: Asociación Internacional de Federaciones Atléticas.

APA: Asociación Panamericana de Atletismo.

NACAC: Asociación Atlética de Norteamérica, Centroamérica y del Caribe.

CACAC: Confederación Atlética de Centroamericana y del Caribe.

CADICA: Confederación Atlética del Istmo Centroamericano.

MARCO JURÍDICO

Decreto/Ley/Reglamento	Descripción
Constitución de la República	Art. 91. Asignación presupuestaria para el deporte, Art. 92 Autonomía del deporte.
Ley nacional del deporte	Art. 86. Organismos rectores del deporte; Art. 98 al 112 Federaciones deportivas nacionales; Art. 114 al 116 Clubes; Art. 117 al 123 Deportistas Federados.
Estatutos CDAG	Art. 5, Disposiciones Generales; Art. 7 Integración, Objetivos y Atribuciones; Art. 37 al 41, Del Tribunal Electoral del Deporte Federado; Art. 51, Art. 53, Del Presupuesto.
Estatutos IAAF	Constitución de la IAAF en vigor desde el 1 de Noviembre de 2011, del Art. 1 a Art. 18
Estatutos FNA	Acuerdo número 084/97-CE-CDAG, del Art. 1 al 63

1.11.- Antecedentes de la Institución

Según palabras de Fidel Echeverría Méndez en su primer tomo de 'Historia del Atletismo en Guatemala', los antecedentes históricos del Atletismo en Guatemala se remontan a los Juegos Atléticos Centroamericanos, Juegos Centroamericanos, Carrera de los Barrios Max Tott y el ingreso al concierto mundial del año 1945 cuando se promulga la autonomía del deporte.

Juegos Atléticos Centroamericanos

En el Centenario de la Independencia –Septiembre de 1921- cuando era Presidente de la República don Carlos Herrera, se realizaron los Juegos Atléticos Centroamericanos con participación de Costa Rica, Honduras, El Salvador y Guatemala.

Jugando un papel importante en su organización la Liga Atlética Militar, se programaron estos juegos para los días 11, 12 y 13 de septiembre con variedad de pruebas de pista y campo. El marco del Stadium (sic) del Campo de Marte; se obtuvieron resultados positivos para Guatemala con trece primeros lugares y solo uno para Costa Rica.

Juegos Centroamericanos

En su incipiente desarrollo, Guatemala participa fuera de sus fronteras en los I Juegos Centroamericanos, realizados en México D.F. del 12 de octubre al 2 de noviembre de 1,926.

Guatemala, Cuba y México son los creadores de estos Juegos Centroamericanos que reunieron a 269 atletas en siete deportes.

Surgimientos de la Federación Nacional de Atletismo

Como hecho histórico para la institución, vale la pena destacar que durante los Juegos Centroamericanos y del Caribe realizados en el Puerto de Barranquilla, Colombia, el 08 de diciembre de 1946 se presentó oficialmente al Atletismo de Guatemala como una Federación reconocida y afiliada a la Federación Internacional de Atletismo Aficionado, cuyas siglas en inglés son IAAF (International Amateur Athletics Federation), en el año de 1945, esto junto a la Autonomía del deporte guatemalteco que se dio el 07 de diciembre del ya mencionado 1945.

La nueva era del Atletismo guatemalteco se vislumbra en esos V Juegos Deportivos Centroamericanos y del Caribe, realizados en Barranquilla entre el 08 y el 28 de diciembre de 1946.

Guatemala con el traje de gala de la Autonomía del Deporte, manifiesta superioridad en pruebas de media y larga distancia, esto a través de Doroteo (Mateo) Flores y Luis Humberto Velásquez.

En el Decreto No.400 del Congreso de la República del 11 de junio de 1947, declarando de utilidad y necesidad públicas la construcción del Estadio Nacional (hoy Mateo Flores) y las obras necesarias para su realización de acuerdo a los proyectos elaborados por la Dirección General de obras públicas.

A partir de entonces se inicia el proceso de construcción del Estadio Nacional, que todavía permanece, junto a la Ciudad de los Deportes, como el área de entrenamiento y competición para el deporte federado y de alto rendimiento en el país, siendo hasta la fecha, el lugar donde se llevan a cabo los eventos atléticos.¹³

1.12.- Misión Institucional

“Dirigir, gobernar y desarrollar el Atletismo en todas sus modalidades en todos los sectores potenciales del país, uniendo a la familia del Atletismo en un espíritu de excelencia, integridad y solidaridad”.

1.13.- Visión Institucional

“Ser la Federación líder que otorgue los mejores resultados internacionales deportivos a Guatemala a través de la especialización de las modalidades, alcanzando altos niveles competitivos del desarrollo integral de los Atletas”.

¹³ Echeverría Méndez, F. 2010, “Historia del Atletismo en Guatemala, tomo 3”, Primera Edición, Guatemala.

1.14.- FODA Institucional

<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Federación líder a nivel internacional y la mejor a nivel nacional. - Altos resultados alcanzados en los últimos dos años. - Se cuenta con fuerza técnica a nivel nacional. - Mayoría de Asociaciones debidamente organizadas. - Aceptación de los medios de comunicación. - Crecimiento de la población Atlética. 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inconsistencia de programas a largo plazo, carencia del valor de la sistematicidad (perseverancia, cadena productiva, seguimiento). - Carencia de manuales y reglamentos para el funcionamiento técnico y administrativo. - Poca credibilidad de la iniciativa privada. - Dependier para el funcionamiento exclusivamente de las asignaciones presupuestarias. - Carecer de un comunicador y actividades de comunicación. - Programas estadísticos automatizados, automatización de la información. - Carencia de equipo e implementación a nivel departamental. - Entrenadores oportunistas en discordia.
<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - De mayor desarrollo y crecimiento a través de la Masificación Sistemática. - Contar con convenios de cooperación a largo y mediano plazo. - Profesionalizar al recurso humano a través de la Capacitación, superación y actualización. - Lograr la experiencia dirigencial departamental. - Comercializar las actividades y eventos de la Federación. 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Baja de los niveles competitivos. - Pérdida de posibles Patrocinios. - Poca credibilidad, proyectar un inadecuado trabajo y malos resultados. - Permitir el liderazgo de organizaciones antagónicas. - Que el gobierno cambie la estructura del deporte. - Perder liderazgo internacional y nacional como federación.

1.15.- FODA Comunicacional

<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Imagen pública positiva de la Federación Nacional de Atletismo. - Resultados obtenidos a nivel internacional. - Posee Atletas ampliamente conocidos a nacional. - Es la segunda Federación con mayor ingreso económico en el país. 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Carencia de seguimiento y actualización de las redes sociales. - Falta de inmediatez en cuanto a la información que comparte la FNA. - Utilización exclusiva del correo electrónico como medio de comunicación e información digital. - Carencia de actualización de la tabla de récords nacionales. - Carencia de personal encargado de manejar las redes sociales, página web y cuentas multimedia de la FNA.
<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Personal proactivo y dinámico abierto al conocimiento e implementación de nuevos conocimientos. - La matrícula de la Federación Nacional de Atletismo cuenta con un índice de crecimiento, es decir, la población atlética ha crecido y lo sigue haciendo. - Contar con convenios de cooperación a largo y mediano plazo. - Profesionalizar y agilizar el uso de la comunicación como herramienta clave para la captación de personas interesadas en el Atletismo. - Llegar a los todos Departamentos del país a través de la información que se proporcione de la Federación. 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Falta de credibilidad de la FNA en redes sociales. - Pérdida de matrícula a causa del desconocimiento de la institución. - Contar con convenios de cooperación a largo y mediano plazo. - Encontrarse en desventaja con respecto a otras Federaciones Deportivas Nacionales en cuanto a proyección a través de redes sociales y multimedia. - Dejar de ser la Federación líder a causa de un mal manejo comunicacional. - Falta de inmediatez al momento de recibir noticias que generen interés para la institución o estén relacionadas con la misma.

Capítulo II

Análisis de resultados del diagnóstico

2.1.- Metodología

Dentro del marco investigativo y el análisis de resultados arrojados por el diagnóstico, resulta de suma utilidad la utilización de una metodología adecuada.

A través del método general de investigación científica, se consigue realizar las actividades necesarias para el adecuado desarrollo de la misma en un tiempo determinado, en un orden establecido.

Como se sabe, existen diferentes tipos de métodos que pueden ser utilizados dentro de la investigación científica, por lo cual se hace indispensable tener presente que dentro de una investigación se da una nueva metodología, ya que se combina el método general con distintos tipos de métodos ya conocidos.

Según Caballero Romero, “Metodología es la ciencia cuya especialidad o campo de estudio son las orientaciones racionales que requerimos para resolver problemas nuevos, y para adquirir o descubrir nuevos conocimientos a partir de los provisoriamente establecidos y sistematizados por la humanidad”.¹⁴

Además, Caballero nos dice que el Método de Investigación Científica es la orientación racional capaz de resolver problemas nuevos para la ciencia, y puede hacerlo porque entraña una hipótesis. Si bien esto último implica un riesgo, también le da un poder creativo e innovador, ya que al constituir una nueva propuesta de solución al problema, aún no está probada, no es segura, no sabemos si será eficaz o eficiente, no es repetitiva y, cuando tiene éxito, se convierte en un sistema.

Por lo tanto, se puede decir que el método es una nueva estrategia, innovadora pero a la vez riesgosa; por su parte el sistema es una estrategia ya conocida, comprobada, segura y repetitiva, pero sin el toque innovador que posee el sistema.

¹⁴ Caballero Romero, A. 2013, “Metodología integral innovadora para planes y tesis”, P.79, México.

Según Blaxter, Hughes y Tight, existen múltiples formas de razonar y categorizar la gran diversidad de métodos actuales para diseñar, poner en marcha y analizar los resultados de la investigación.¹⁵

Existen libros que proporcionan una panorámica general con respecto a dichos métodos, otros centran su atención en una clasificación más limitada de libros o incluso en uno solo. Se optó por abordar el análisis de los métodos de un modo más simple y directo, considerándolos en tres niveles continuos y en función de:

Dos familias o estrategias generales de investigación (se ofrecen dos fórmulas alternativas); cuatro enfoques para diseñar el proyecto de investigación; cuatro técnicas para recolectar datos.

Familias de investigación: cuantitativas o cualitativas; trabajo de gabinete o trabajo de campo.

Enfoques de investigación: investigación-acción, estudio de casos; experimentos; encuestas.

Técnicas de investigación: documentos; entrevistas; observaciones; cuestionarios.

Cabe interpretar que el “método” se relaciona, sobre todo, con las herramientas de recolección de datos, o con lo que nosotros denominamos técnicas. La “metodología” tiene un significado más general y filosófico, y podría aplicarse al plano de las familias o al de los enfoques.

2.2.- Descripción del Tipo de Comunicación Utilizada

2.2.1.- Comunicación Organizacional Externa

A partir del proceso de observación realizado como parte de la presente investigación a la Federación Nacional de Atletismo, se determinó que la manera más adecuada de dar a conocer y desarrollar procesos de divulgación y retroalimentación para la institución, es a través de una comunicación organizacional externa.

¹⁵ Blaxter, Hughes y Tight. 2000, “Cómo se hace una investigación”, Primera Edición, EEUU.

La Comunicación Organizacional puede desarrollarse tanto en el ámbito interno como en el externo, en el caso de esta investigación resulta factible, por condiciones previamente analizadas ubicarla dentro del ámbito externo, es decir, dirigirla al público y no al personal de la institución.

Para esto se debe tener presente que los públicos externos, tal y como lo definen las autoras Muriel y Rota¹⁶, son individuos o sistemas sociales que forman parte del medio ambiente externo al sistema organizativo, lo que aporta un enriquecedor enfoque en términos de interrelación sistémica, en el que la importancia de ese tipo de público está dada por la posibilidad que aporta a la entidad de conocer y ser reconocida en el medio ambiente donde vive; ofrecer a la organización insumos, información, energía, recursos humanos, y recibir de ésta a cambio el producto o servicio que constituye su razón de ser.

La atención que debe prestar en la actualidad una organización a toda información proveniente del exterior ha presentado a la vez una gran necesidad de coordinación y cooperación efectiva entre los miembros de los diversos grupos.

Cada vez es más importante establecer buenas relaciones de comunicación entre las distintas instituciones, resulta de suma importancia hacerlo incluso a escala internacional, desarrollando canales claros, aminorando diferencias interculturales y promoviendo prácticas dentro de las que se tenga en cuenta incluso, posibles diferencias éticas.

Por tanto, una organización no está nunca aislada sino que funciona en un campo inter organizacional en el que debe coordinar, por tanto sus actividades con otras entidades con las que tiene algún intereses en común. Según indica Kreps¹⁷, estas organizaciones e individuos con los cuales tienen contacto directo los representantes de la organización, se conocen como entorno relevante de la

¹⁶ Muriel, M.L. y Rotta, G. 1980, "Comunicación institucional: enfoque social de las relaciones públicas". CIESPAL, Quito Ecuador.

¹⁷ Kreps, G. 1990. "Organizational Communication. Theory and Practice". Longman, E.E.U.U.

organización. La comunicación externa permite a los miembros de la organización coordinar sus actividades con los de su entorno relevante.

2.2.2.- Comunicación Organizacional

El objeto de estudio de esta disciplina es paradójicamente tan antiguo como la sociedad humana, pues trata justamente de la comunicación entre los hombres y está por tanto estrechamente vinculada a los procesos de interrelación en el logro de objetivos comunes en agrupaciones sociales.

Carlos Fernández Collado¹⁸ considera que la comunicación organizacional es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre la misma organización y su medio.

Para Fernández Collado la comunicación organizacional es la esencia, el corazón mismo, el alma y la fuerza dominante dentro de una organización, esta puede ser definida como: “un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, o entre la organización y su medio; o bien, a influir en las opiniones, actitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que esta última cumpla mejor y más rápidamente con sus objetivos”.

Dentro de los procesos comunicativos en una organización influyen todos los elementos del sistema organizacional tanto a nivel interno como externo. Para Gerald Goldhaber¹⁹, existen varios hilos comunes entre los que él sitúa los siguientes:

- La comunicación organizacional ocurre en un sistema complejo y abierto que es influenciado por el medio ambiente.
- La comunicación organizacional implica mensajes, su flujo, su propósito, su dirección y el medio empleado.

¹⁸ Fernández Collado, C. 1997. “La Comunicación en las Organizaciones”, Editorial Trillas, México.

¹⁹ Goldhaber, G. M. 1994. “Comunicación Organizacional”. Diana S.A, México.

- La comunicación organizacional implica personas, sus actitudes, sus sentimientos, sus relaciones sus habilidades.

Reforzando lo expuesto por Goldhaber, Muriel y Rota, enfatizan en la imposibilidad de dividir las partes que integran los procesos comunicativos en elementos independientes, por tratarse la comunicación de un flujo continuo interminable, pero admiten la posibilidad de congelar tales procesos para analizar los elementos que lo componen. Por esto, resulta necesario detenerse en conceptos como:

- Públicos que intervienen en dichos procesos, que pueden resultar tanto fuentes como receptores.
- Ámbitos donde estos procesos tienen lugar.
- Canales o redes de comunicación.
- Mensajes, estímulos que se transmiten a los receptores, símbolos que se construyen en los procesos comunicativos.

En una empresa o institución, en la actualidad, se procura a toda costa integrar a los empleados y al grupo objetivo con las estrategias de la empresa, la visión, la misión, es decir, que todos formen parte de una misma cultura y compartan unos mismos valores. Según indica Rebeil Corella ²⁰ las siguientes son algunas acciones críticas para alinear la forma de pensar y la conducta de los empleados:

Visión, valores, estrategias y acciones claras; estrategia y planes de comunicación; identificar líderes de comunicación; apoyos de comunicación colaterales; programa de compromiso organizacional; implementación de otras iniciativas de comunicación y de negocio; Medición, retroalimentación y ajustes.

Al lograr concatenar los pasos indicados por Rebeil Corella, se desea obtener una visión institucional, estrategias de acción, un contexto que promueva dinamismo, empeño y perseverancia, valores organizacionales, capacidad de liderazgo y

²⁰ Rebeil Corella, M. 2008, "Comunicación estratégica en las organizaciones", México.

compromiso con la cultura organizacional orientada a la obtención de resultados tangibles.

2.2.3.- Comunicación Externa

Bartoli²¹ describe la comunicación externa como un proceso que tiene como propósito transmitir información o contenidos informativos desde la institución u organización empresarial hacia el conjunto de la opinión pública a través de los medios de comunicación social.

Debido a esto se puede considerar a la comunicación externa como el proceso en el cual la empresa interrelaciona con actores externos, con el fin de brindar toda la información necesaria a su entorno, y a su vez retroalimentarse de este. Con el objetivo de lograr una mayor eficacia en su gestión.

Mediante la comunicación y el intercambio con el entorno externo, se recibe todo aquello que permite funcionar y tener información pertinente a la vez, fortalecer la identidad del público al que nos dirigimos. El propósito de la comunicación externa es, por sobre todo, beneficiar a la sociedad con los aportes directos de su labor o sus servicios, o indirectos al posibilitar la solución de problemas de índole social.

2.3.- Tipo de investigación

Para llevar a cabo la presente investigación en la Federación Nacional de Atletismo se utilizaron tanto la investigación cuantitativa como la investigación descriptiva, tomando en cuenta los criterios que se mencionarán a continuación.

2.3.1.- Cuantitativa

Carlos Arturo Monje Álvarez en su libro “Metodología de la Investigación Cuantitativa y Cualitativa” indica que la investigación científica, desde el punto de vista cuantitativo, es un proceso sistemático y ordenado que se lleva a cabo siguiendo determinados pasos.

²¹ Bartoli, A. 1992. “Comunicación y Organización”. Paidós, Barcelona.

Plantear una investigación consiste en proyectar el trabajo de acuerdo con una estructura lógica de decisiones y con una estrategia que oriente la obtención de respuestas de acuerdo a los problemas de indagación propuestos.

Pese a tratarse de un proceso metódico y sistemático, no existe un esquema completo de validez universal, aplicable mecánicamente a todo tipo de investigación. No obstante, si es posible identificar una serie de elementos comunes, lógicamente estructurados, que proporcionan dirección y guía en el momento de realizar una investigación, los cuales se pueden organizar en fases y etapas.²²

Se decidió utilizar la metodología de investigación cuantitativa teniendo presente que esta permite examinar los datos de manera numérica, considerando la frecuencia de casos o la magnitud de impacto que el caso pudiera tener y a la vez porque nos permite tener fundamentos tanto desde el ámbito científico como desde el racional, evitando así la subjetividad en los resultados obtenidos.

Tomando en cuenta que la presente es una investigación cuantitativa, vale la pena mencionar que tendrá un alcance de tipo descriptivo; por lo tanto se dirá que la presente investigación será cuantitativa y descriptiva.

2.3.2.- Descriptiva

Según expresa Héctor Ávila Baray en su libro “Introducción a la Metodología de la Investigación”, este tipo de investigación que describe de modo sistemático las características de una población, situación o área de interés. Aquí los investigadores recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento.

²² Monje Álvarez, C. 2011, “Metodología de la Investigación Cuantitativa y Cualitativa”, Editorial Neiva, Colombia.

Los datos descriptivos que arroje la investigación se expresan en términos cualitativos (símbolos verbales) y cuantitativos (por medio de símbolos matemáticos). Se puede utilizar uno de ellos o ambos a la vez.

El objetivo de la investigación descriptiva es llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

Esta investigación fue realizada con el propósito de llegar a conocer la situación en que se encontraba la institución, las costumbres y actitudes predominantes en el grupo objetivo y finalmente que esta permitiera realizar un análisis del cual se obtendría una descripción exacta de las actividades, medios, procesos y personas involucradas en el proceso de comunicación externa de la Federación Nacional de Atletismo.

Se utilizó la investigación descriptiva con el propósito de que el estudio no se limite únicamente a la recolección de datos, sino a la identificación de las relaciones existentes entre las variables. A través de este tipo de investigación se hizo un análisis de toda la información recabada y se concluyó a partir de ahí, la forma en que se tratarán y la atención que se les dará a los problemas percibidos.

2.4.- Entrevistas

Se realizaron entrevistas tanto al Gerente Técnico como a la Subgerente Administrativa con el propósito de determinar su conocimiento y su opinión con respecto al aprovechamiento que da la institución a las redes sociales y la proyección que estas pudieran tener con el grupo objetivo, a continuación se presenta lo tratado dentro de las respectivas entrevistas:

2.4.1.- Entrevista #1

Entrevista realizada al Licenciado Nilton Alexis Noriega Pereira, Gerente Técnico de la Federación Nacional de Atletismo de Guatemala:

<p>1.- ¿Qué opinión le merece el manejo actual de los medios informativos electrónicos por parte de la Federación Nacional de Atletismo?</p>	<p>R// Yo, como casi todos, utilizo las redes sociales como medio de comunicación e información, de acá puedo partir diciendo que sí, considero muy importante el uso de redes sociales para poder transmitir al público toda la labor realizada por la Federación Nacional de Atletismo. Al mismo tiempo estoy consciente de que la Federación no aprovecha estos medios para comunicar a la población todas las actividades que lleva a cabo.</p>
<p>2.- ¿Qué podríamos hacer para implementar el uso medios electrónicos adecuadamente?</p>	<p>R// Creo que se debería de tener un encargado, un Community Manager, alguien especialista en el tema y que también tenga formación referente al campo del Atletismo, alguien que sepa de redes y que también sepa de Atletismo.</p>
<p>3.- ¿Considera que la página web de la FNA no resuelve todas las dudas que se pudieran tener?</p>	<p>R// No, deja muchos espacios vacíos y le hace falta información para poder cumplir con los requerimientos del público al que nos dirigimos.</p>
<p>4.- ¿Considera importante incluir dentro del contenido de la página web historia del Atletismo nacional?</p>	<p>R// Sí, es importante, todos deben conocer la historia del deporte o actividad en que se desenvuelvan en la vida.</p>
<p>5.- ¿Dentro de esos datos podría incluirse una tabla de récords nacionales?</p>	<p>R// Sí, por supuesto, esos son datos que conocen muy pocos y resultan del interés de muchos, se encuentran con mucha dificultad en la red y se podría facilitar el acceso a estos, la estadística es fundamental en deportes, y más en deportes como el nuestro que se maneja con distancia y tiempo.</p>
<p>6.- ¿Considera entonces que los datos históricos y estadísticos resultan importantes para los atletas y los hace sentir más identificados con el Atletismo o resulta irrelevante?</p>	<p>R// Debiera ser así, gran parte de la formación de todo deportista es conocer su deporte, en especial el Atletismo, que como repito, es eminentemente estadístico.</p>
<p>7.- ¿A través de qué forma transmiten la información que se genera de las actividades realizadas por la FNA?</p>	<p>R// A través de correos electrónicos que generalmente envía el encargado de eventos.</p>

2.4.2.- Entrevista #2

Entrevista realizada a la Licenciada Mariana Melina García Hernández, Subgerente Administrativa de la Federación Nacional de Atletismo de Guatemala:

<p>1.- ¿Qué opina acerca del manejo actual que se le da a los medios informativos electrónicos por parte de la FNA?</p>	<p>R// Yo encuentro todo lo que necesito en la página de la Federación, a través de ella cumplimos con brindar acceso a la información pública, por medio de nuestra página web demostramos la transparencia de la institución en cuanto a asuntos de índole administrativa.</p>
<p>2.- ¿Considera entonces importante el uso de redes sociales y página web para informar acerca de la labor realizada por la Federación?</p>	<p>R// Sí, definitivamente. El Internet tiene un alcance grandísimo y resulta una herramienta indispensable para el crecimiento de cualquier empresa o institución.</p>
<p>3.- ¿Qué podríamos hacer para implementar el uso medios electrónicos adecuadamente?</p>	<p>R// Conocer lo que el público necesita y quiere para así poder obtener toda la información que posteriormente se pueda compartir. Yo no puedo salir de mi papel para saber o siquiera imaginar qué es lo que la gente busca en la página, para eso habría que plantear cuestionarios pertinentes que permitan tener una noción clara con respecto a la opinión y necesidades del público al que nos dirigimos.</p>
<p>4.- ¿Considera que la página web de la FNA resuelve todas las dudas que se pudieran tener?</p>	<p>R// A mí sí, adapté la página web a todo lo que me era funcional, consulto todo lo que pueda cubrir mis necesidades, dentro de ello, todo lo referente a información pública.</p>
<p>5.- ¿Considera importante incluir dentro del contenido de la página web historia del Atletismo guatemalteco?</p>	<p>R// Sí, incluso a mí como empleada me sirve, toda la población interesada debe tener conocimiento de datos históricos.</p>
<p>6.- ¿Considera entonces que los datos históricos resultan importantes para los atletas y los hace sentir más identificados con el Atletismo o resulta irrelevante?</p>	<p>R// Sí, necesitan crearse vínculos y estos se pueden dar a través de datos históricos, entre otros.</p>
<p>7.- ¿A través de qué forma cree que se entera el público de la información que genera la FNA?</p>	<p>R// A través de Facebook.</p>

2.5.- Encuesta

Se realizó una encuesta basada en las falencias percibidas durante la fase de observación, de esta surgieron diez cuestionamientos que fueron resueltos por individuos de ambos géneros y edades variadas, todos pertenecientes al grupo objetivo de la institución.

Se utilizó una fórmula mediante la cual se determinó la cantidad de encuestas que debían utilizarse de acuerdo a la población que se pretendía cubrir y de la cual deseábamos obtener opinión. El formato utilizado para la realización de la encuesta podrá encontrarse en los anexos de la presente investigación.

2.5.1.- Fórmula aplicada a la población

Fórmula para cálculo de la muestra de poblaciones finitas.

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

2.5.2.- Descripción de la fórmula

Según el Dr. Mario Herrera Castellanos²³ para el cálculo del tamaño de muestra cuando el universo es finito, es decir contable y la variable de tipo categórica, primero debe conocer "N" o sea el número total de involucrados.

Si la población es finita, es decir conocemos el total de la población y deseásemos saber cuántos del total tendremos que estudiar, la fórmula sería:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

²³ http://www.bioestadistico.com/index.php?option=com_content&view=article&id=153:calculo-del-tamano-de-la-muestra-para-estimar-parametros-categoricos-en-poblaciones-finitas&catid=46:calculo-del-tamano-de-la-muestra&Itemid=213

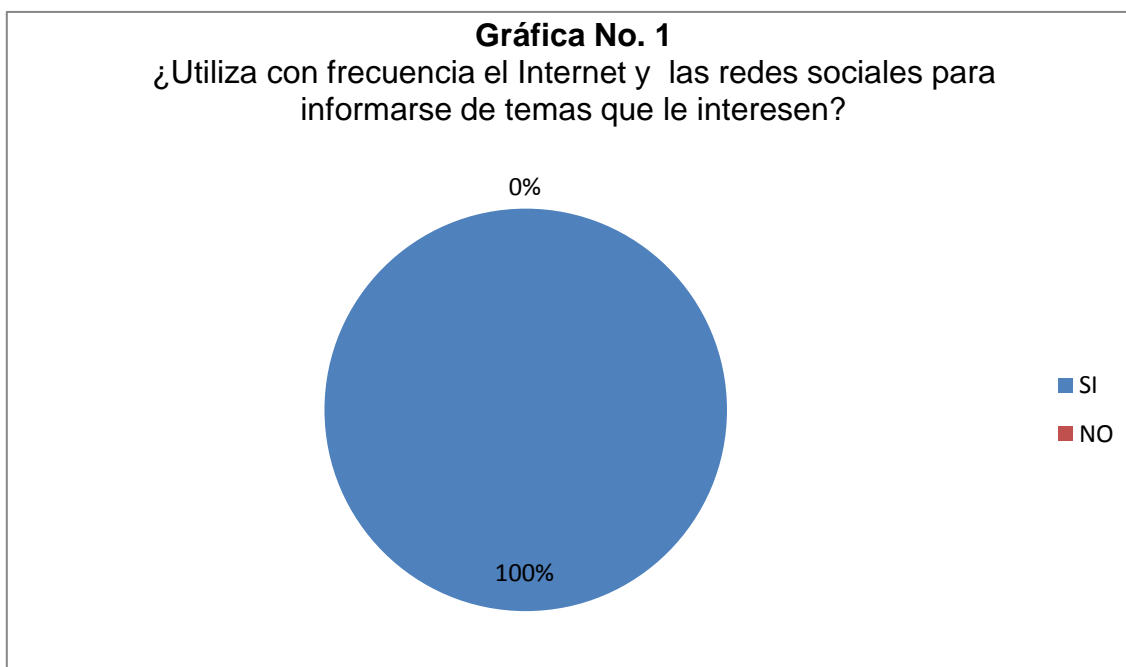
Dónde su significado es:

- N = Total de la población
- Z_{α} = 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)
- p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)
- q = $1 - p$ (en este caso $1 - 0.05 = 0.95$)
- d = precisión (en su investigación use un 5%).

2.6.- Cronograma de Actividades

MES/ SEMANA	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO			
ACTIVIDAD	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Curso propedéutico EPS Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.				■																
2. Construcción del Diagnóstico Comunicacional.					■	■	■	■												
3. Curso Propedéutico Plan de Investigación.									■											
4. Construcción Plan de Investigación.									■	■	■	■	■	■	■	■				
5. Práctica Supervisada, Federación Nacional de Atletismo de Guatemala.																	■	■	■	■
MES/ SEMANA	JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE			
ACTIVIDAD	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
5. Práctica supervisada, Federación Nacional de Atletismo de Guatemala.	■	■	■	■	■	■	■	■												
6. Entrega del Informe, hasta tercer capítulo.								■												
7. Correcciones del Informe hasta tercer capítulo.									■	■	■	■								
8. Entrega del informe final EPS de Licenciatura 2015.													■	■	■	■				
9. Examen del Ejercicio Práctico Supervisado 2015.														■	■	■				
10. Organización y Acto de Graduación EPSL 2015.																	■	■	■	■

2.7.- Presentación de Resultados



Fuente: elaboración propia.

	TOTAL	PORCENTAJE
SI	64	100%
NO	0	0%
TOTAL	64	100%

Análisis de la Gráfica: esta gráfica representa a la población que conforma la Selección Nacional de Atletismo de Guatemala de ambos géneros en sus diversas categorías. 64 persona fueron encuestadas, de las cuales todas (100%) afirmaron utilizar el Internet como medio informativo.

Partiendo de esta pregunta, se puede determinar que el uso de Internet y Redes Sociales resulta de suma importancia para mantener actualizado al grupo objetivo, todos tienen acceso a este servicio y buscan información de su interés a través de esta vía.

Gráfica No. 2

¿Considera que la comunicación a través de medios de comunicación electrónicos resulta indispensable para conocer todo lo que realiza la FNA?

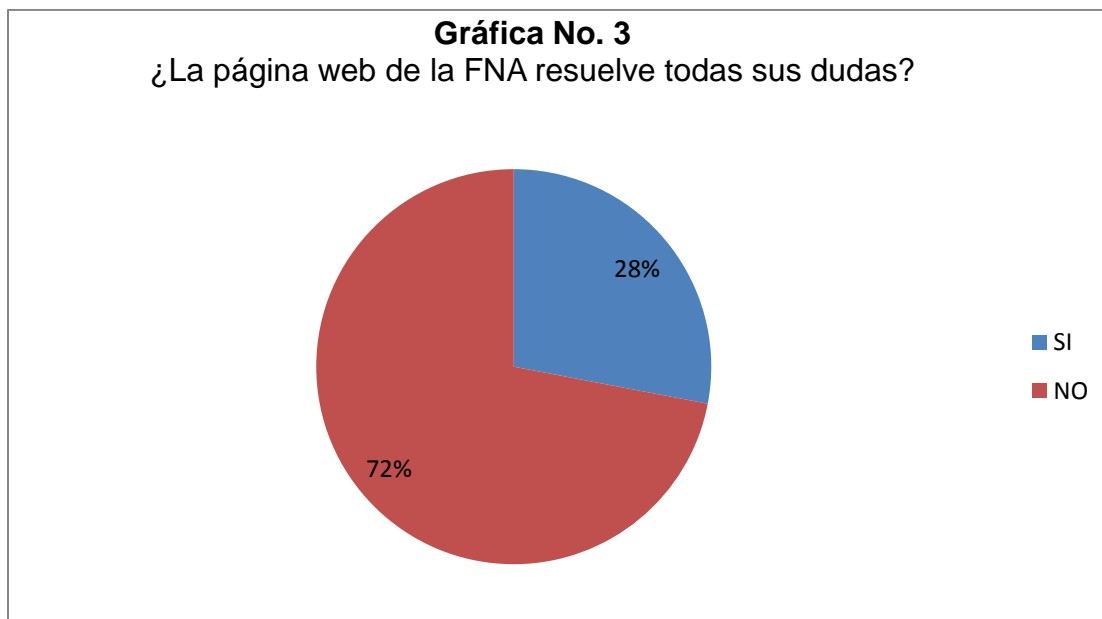


Fuente: elaboración propia.

	TOTAL	PORCENTAJE
SI	60	94%
NO	4	6%
TOTAL	64	100%

Análisis de la Gráfica: esta gráfica representa a la población que conforma la Selección Nacional de Atletismo de Guatemala de ambos géneros en sus diversas categorías. El 94% de los encuestados consideró necesario el uso de redes sociales por parte de la Federación Nacional de Atletismo para transmitir información actualizada de su labor, mientras que el 6% lo consideró innecesario.

Esta pregunta evidencia la necesidad que tiene la población encuestada con respecto a la actualización de información de su interés a través del adecuado uso y óptimo aprovechamiento de medios electrónicos para la divulgación de las actividades realizadas por la institución.



Fuente: elaboración propia.

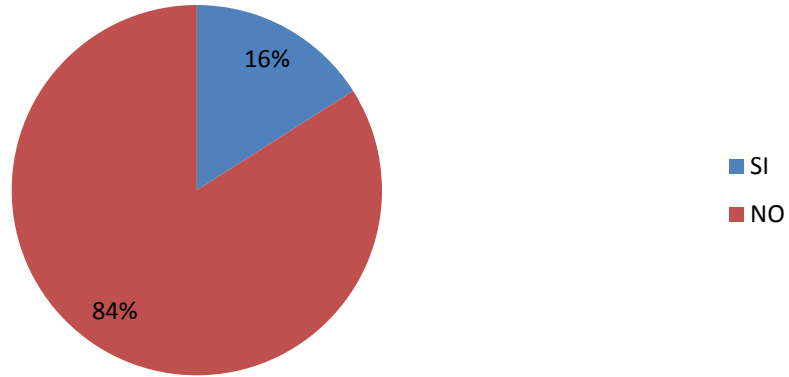
	TOTAL	PORCENTAJE
SI	18	28%
NO	46	72%
TOTAL	64	100%

Análisis de la Gráfica: esta gráfica representa a la población que conforma la Selección Nacional de Atletismo de Guatemala de ambos géneros en sus diversas categorías. El 28% afirmó haber solventado sus dudas al momento de consultar la página web de la Federación Nacional de Atletismo, mientras que el 72% no recibe la información que esperaba, por parte del sitio web.

Al realizar esta pregunta se pretendió conocer la opinión del grupo objetivo con respecto al manejo, la actualización, la importancia y la precisión de la información que se comparte a través de la página web de la FNA, con esto se llegó a la conclusión de que la mayoría de la población encuentra deficiente el manejo de información a través de esta vía, y por tanto esta requiere de una mayor atención y actualización constante.

Gráfica No. 4

¿Cree que la FNA aprovecha adecuadamente su página web como medio de comunicación para con los atletas y público en general?

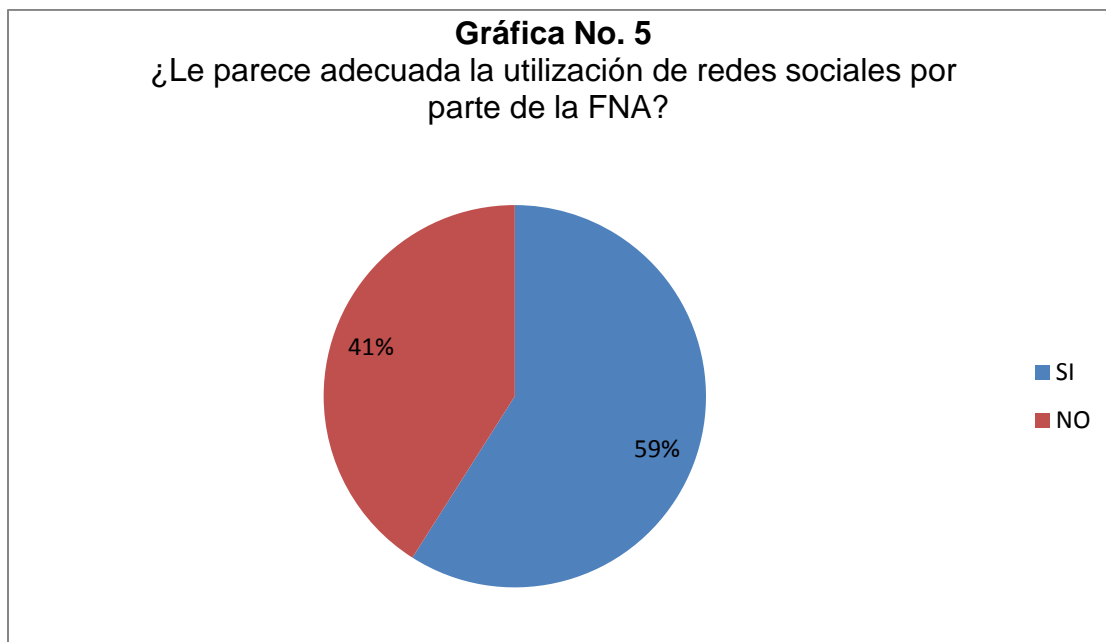


Fuente: elaboración propia.

	TOTAL	PORCENTAJE
SI	10	16%
NO	54	84%
TOTAL	64	100%

Análisis de la Gráfica: esta gráfica representa a la población que conforma la Selección Nacional de Atletismo de Guatemala de ambos géneros en sus diversas categorías. 64 persona fueron encuestadas, el 16% se mostró satisfecho con el uso que da la Federación Nacional de Atletismo a su página web, generando una comunicación efectiva con su público. Por otra parte el 84% de la población encuestada se mostró insatisfecho con el uso que se le da al sitio web de la FNA.

Al realizar esta pregunta se confirma la opinión del público con respecto al uso del sitio web de la Federación Nacional de Atletismo, evidenciando la falta utilidad en cuanto al contenido y la carga de información que satisfaga los intereses de los del grupo objetivo.

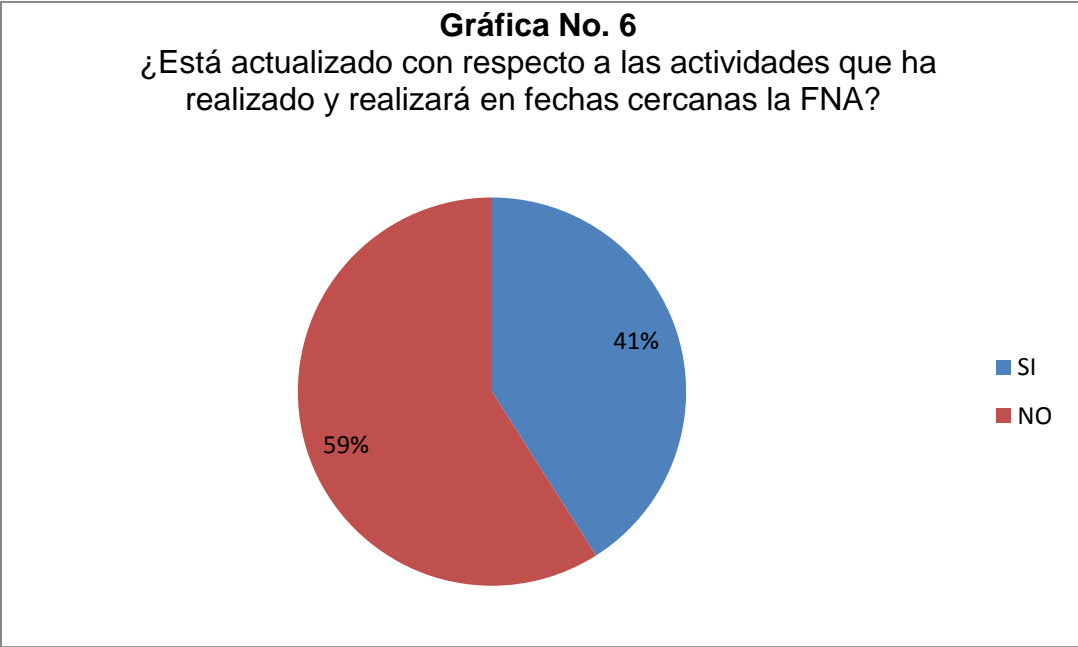


Fuente: elaboración propia.

	TOTAL	PORCENTAJE
SI	38	59%
NO	26	41%
TOTAL	64	100%

Análisis de la Gráfica: esta gráfica representa a la población que conforma la Selección Nacional de Atletismo de Guatemala de ambos géneros en sus diversas categorías. 64 persona fueron encuestadas, de las cuales el 59% mostró estar satisfecha con el aprovechamiento que da la Federación Nacional de Atletismo a las redes sociales, generando una comunicación efectiva con su público. El 41% de la población encuestada, por el contrario, se mostró insatisfecha con el uso que se le da a las redes sociales utilizadas por la FNA.

Al realizar esta interrogante se comprobó que, en contraste con la página web, el aprovechamiento de las redes sociales tiene una aceptación mucho mayor por parte de la población encuestada, sin embargo, todavía un alto porcentaje se mantiene inconforme con el aprovechamiento de este medio informativo.

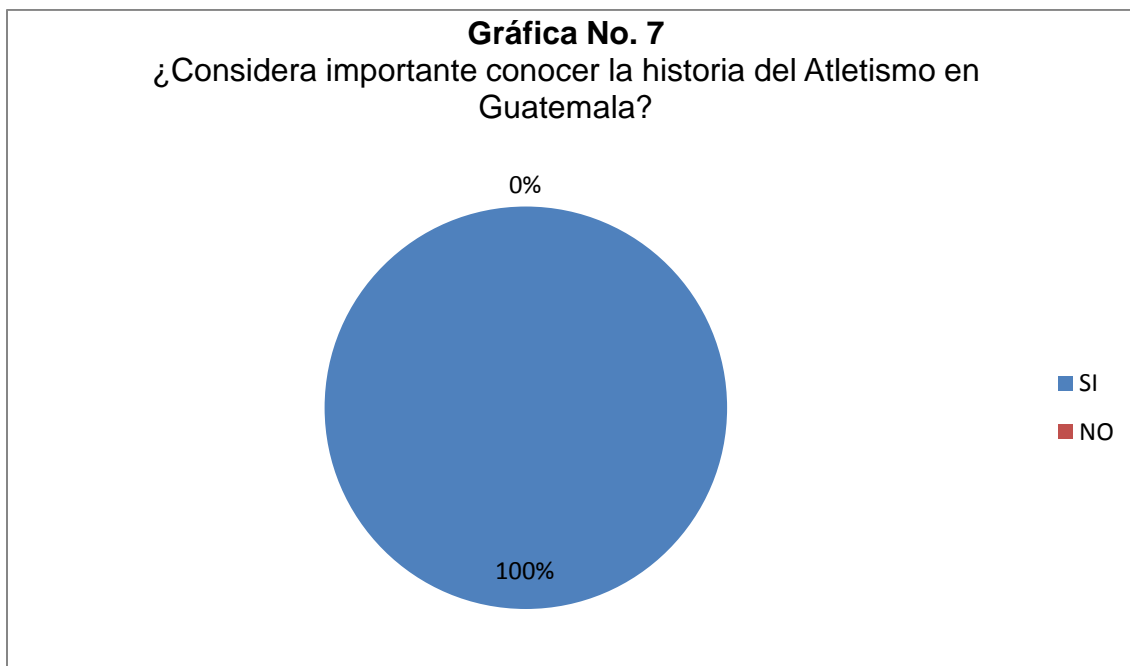


Fuente: elaboración propia.

	TOTAL	PORCENTAJE
SI	26	41%
NO	38	59%
TOTAL	64	100%

Análisis de la Gráfica: esta gráfica representa a la población que conforma la Selección Nacional de Atletismo de Guatemala de ambos géneros en sus diversas categorías. 64 persona fueron encuestadas, de las cuales el 41% mostró encontrarse actualizado con respecto a las actividades que se realizan en la FNA, mientras el 59% manifestó no encontrarse informado adecuadamente de las actividades que realiza actualmente la Federación Nacional de Atletismo.

Al realizar esta interrogante se corrobora que un gran porcentaje del grupo objetivo se encuentra desinformado del quehacer de la institución, y requiere por tanto una actualización informativa más efectiva, e inmediata.

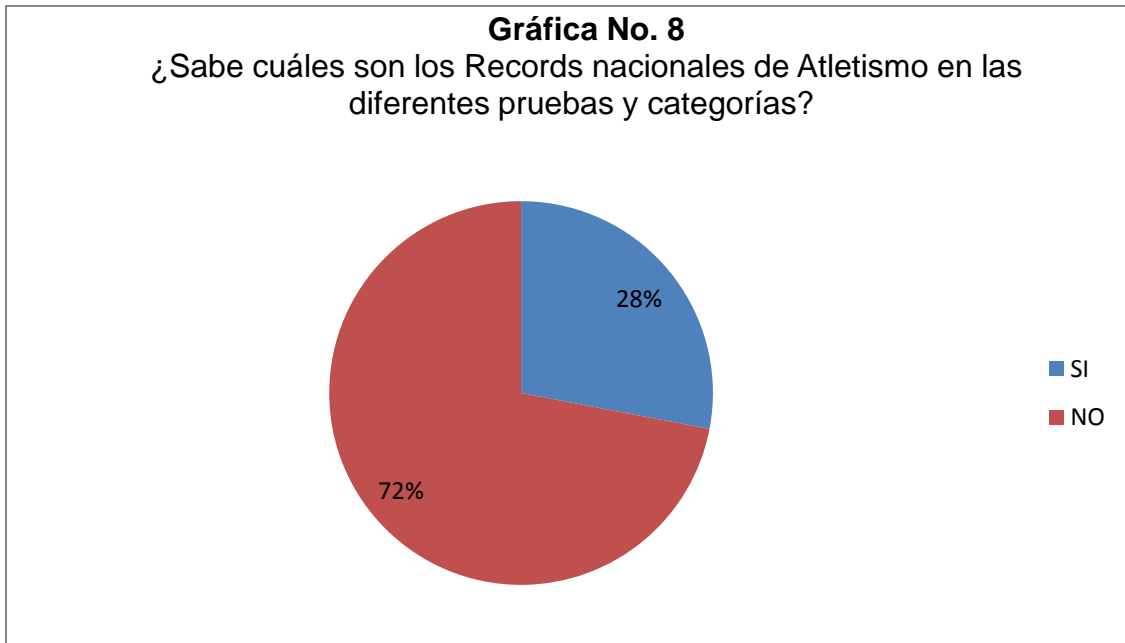


Fuente: elaboración propia.

	TOTAL	PORCENTAJE
SI	64	100%
NO	0	0%
TOTAL	64	100%

Análisis de la Gráfica: esta gráfica representa a la población que conforma la Selección Nacional de Atletismo de Guatemala de ambos géneros en sus diversas categorías. 64 persona fueron encuestadas, de las cuales el 100% consideró importante conocer la historia del atletismo guatemalteco, desde su posición de atletas.

Al realizar esta interrogante se corroboró que el total de la población encuestada considera necesario conocer datos históricos para saber sobre el deporte que practica, sus orígenes en el país, en el mundo, su desenvolvimiento y evolución con el paso de los años, así como historias, eventos, biografías y datos que resulten relevantes y los hagan sentirse más identificados con el atletismo.

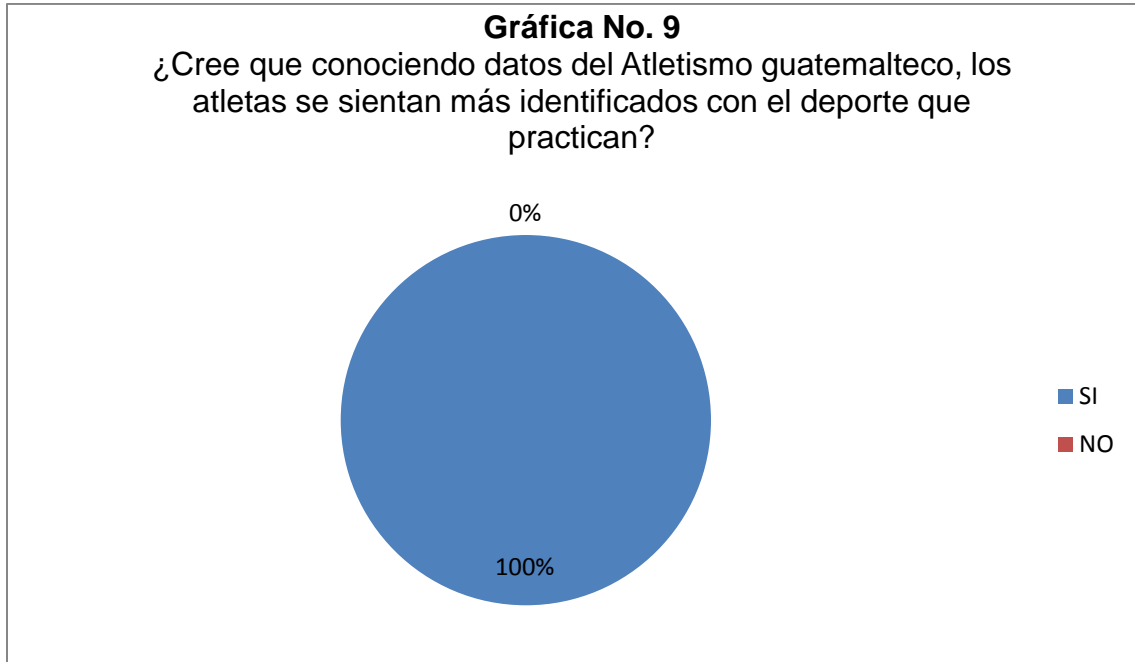


Fuente: elaboración propia

	TOTAL	PORCENTAJE
SI	18	28%
NO	46	72%
TOTAL	64	100%

Análisis de la Gráfica: esta gráfica representa a la población que conforma la Selección Nacional de Atletismo de Guatemala de ambos géneros en sus diversas categorías. 64 persona fueron encuestadas, de las cuales el 28% dice conocer los récords nacionales de las diferentes pruebas del Atletismo en Guatemala. Por su parte el 72% muestra su desconocimiento en esta área.

Se realizó esta pregunta con el propósito de complementar la séptima. El total de la población encuestada consideró importante conocer la historia del Atletismo guatemalteco, sin embargo, como se demuestra en la gráfica, solo el 28% conoce la tabla de récords nacionales, con esto se demuestra la necesidad de alimentar amplia y adecuadamente la página web y las redes sociales con un contenido certero y de interés para el grupo objetivo.

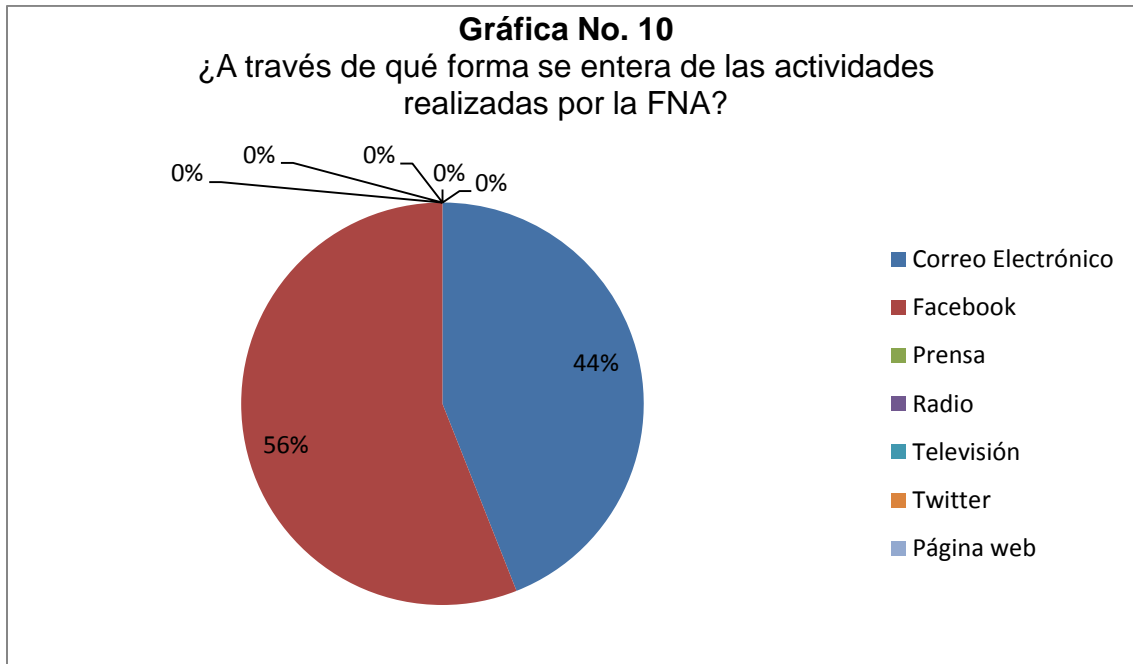


Fuente: elaboración propia

	TOTAL	PORCENTAJE
SI	64	100%
NO	0	0%
TOTAL	64	100%

Análisis de la Gráfica: esta gráfica representa a la población que conforma la Selección Nacional de Atletismo de Guatemala de ambos géneros en sus diversas categorías. 64 persona fueron encuestadas, de las cuales el 100% consideró importante conocer datos relevantes que atañan al atletismo guatemalteco, para así poder sentirse más identificados con este.

Al realizar esta interrogante se buscó respaldar las preguntas siete y ocho, y se demostró la necesidad que existe de transmitir y compartir datos relevantes tanto a nivel estadístico como histórico que ha generado el Atletismo guatemalteco; datos que el grupo objetivo considera necesarios para conocer datos relevantes sobre el deporte en el que compete.



Fuente: elaboración propia

Medio	TOTAL	PORCENTAJE
Facebook	36	56%
Correo Electrónico	28	44%
TOTAL	64	100%

Análisis de la Gráfica: esta gráfica representa a la población que conforma la Selección Nacional de Atletismo de Guatemala de ambos géneros en sus diversas categorías. 64 persona fueron encuestadas, de las cuales el 56% dice informarse sobre las actividades realizadas en la Federación Nacional de Atletismo a través de *Facebook*, mientras que el 44% dice hacerlo por medio del correo electrónico, ninguno consideró como medio informativo ninguno de los otros propuestos en el cuestionario.

Al realizar esta interrogante se procuró conocer cuáles eran los medios por los que se informaba el público y en base a esto se puede trabajar, fortaleciendo los ya utilizados y desarrollando los que no son aprovechados adecuadamente.

2.8.- Conclusiones

- En la actualidad el uso del Internet ha incrementado de manera significativa y gran parte de la población tiene acceso a este servicio. El uso de las redes sociales, página web y el correo electrónico, entre otros medios informativos, resulta indispensable para la Federación Nacional de Atletismo, puesto que además de representar un costo bajo, posee un gran alcance, y las personas que integran el grupo objetivo de la institución están familiarizadas por completo con esta red.
- A través de un proceso de observación, diagnóstico y entrevistas previas, se logró generar una encuesta, por medio de la cual se obtuvieron resultados que demostraron la importancia que dan los atletas al uso de redes sociales, el interés que tienen por conocer datos que pudiera compartir la institución.
- Se demostró la poca utilización que le da la Federación a estas herramientas, que se traduce en falta de información y actualización para el grupo objetivo, en este caso los atletas.
- El análisis comunicacional llevado a cabo en la Federación Nacional de Atletismo evidenció las deficiencias que la misma posee para poder compartir a través de medios electrónicos todas las actividades realizadas que realizan, datos históricos, resultados de sus atletas a nivel nacional e internacional, estadísticas, datos administrativos, entre otros muchos temas con que se pudiera nutrir e informar.
- Desde el inicio de la investigación se detectaron tanto barreras de comunicación como carencia de información, todo esto se corroboró, evidenciando así la necesidad que tiene el grupo objetivo de recibir información actualizada y certera.

Capítulo III

Propuesta de Comunicación

3.1.- Plan de Comunicación

Según explica Gabriela Herrera Martínez: “Antes de determinar un producto comunicativo, se debe conocer la necesidad a la que responde. Muchas personas caen en el error de “fusilarse” productos comunicativos que, como fueron exitosos en otras empresas, creen que correrán con la misma suerte en todas. Primer doble filo: lo que funciona para el vecino, puede ser mortal para uno mismo.

Lo ideal sería que cada empresa contara con un especialista en comunicación organizacional –pero no todas han llegado a esa etapa de madurez todavía–, que estableciera un plan estratégico de comunicación, considerando a la función comunicativa de manera global (al igual que lo son las funciones administrativas, operativas y de ventas, ante las que ninguna empresa tiene reserva en cuanto a su importancia, necesidad y utilidad), de tal modo que dicho plan administrara y ejerciera la función comunicativa de forma sistemática en la organización.

Establecer un plan de comunicación dentro de una organización es bastante más complejo de lo que se ha creído. Para que las empresas eviten los dobles fillos que pudieran representarles las acciones aisladas y no expertas, lo recomendable es – aunque resulte reiterativa– contar con un especialista en comunicación organizacional, de planta o como asesor, que aplique los cuatro pasos básicos que sistematizan la función en las empresas: Investigación y audición, planeación y programación, comunicación (implantación), y evaluación.²⁴

El plan de comunicación a ejecutarse debe ser integral, es decir, asumir la función trascendental de la comunicación, para esto se debe tener una estrategia global, que sirva como base para elaborar el plan de comunicación estratégica, cuyo propósito será contribuir a alcanzar los objetivos principales trazados por la institución.

²⁴ Herrera Martínez, G. 2004, “¿Vale la pena invertir en comunicación organizacional?” Ed. Mico Panocho, Argentina.

Teniendo presente que a menudo las instituciones no cuentan con un plan estratégico formal (lo que dificulta el diseño formal y por escrito de un plan de comunicación), se debe estar preparado para saltar obstáculos y saber que a pesar de los inconvenientes, es fundamental realizar una planificación estratégica de la comunicación que debe, como se ha comentado hasta ahora, surgir y tomar como base la estrategia institucional.

Cada una de las áreas de las que puede emanar información para la institución requiere, por su parte, desarrollar un plan más concreto y desglosado con los objetivos, público objetivo, estrategias, información a compartir y acciones a realizar, además de la medición de los resultados que todo esto pueda generar.

En el caso de la Federación Nacional de Atletismo, la propuesta es de comunicación externa, motivo por el cual se propone desarrollar la imagen de la institución a través de medios de interacción social (social media), página web oficial y comunicados de prensa oficiales.

3.2.- Objetivos de la propuesta

-Objetivo General

-Mejorar la imagen de la Federación Nacional de Atletismo ante la población general y ante el grupo objetivo en particular

-Objetivos Específicos

- Persuadir a los Seleccionados Nacionales para lograr que se identifiquen de una mejor manera con el deporte que practican.

-Mantener actualizada a la población sobre el quehacer de la Federación de Atletismo y los logros de los atletas en eventos deportivos tanto nacionales como extranjeros.

-Compartir datos relevantes e información pública generada por la institución para demostrar la labor realizada.

3.3.- Descripción de la propuesta

Después de realizar la fase de observación, que sirvió como punto de partida para formular la encuesta y posteriormente obtener datos concretos de las necesidades presentadas por el grupo objetivo, se dedujo lo siguiente:

La población atlética encuestada consideraba importante estar informada sobre el quehacer del Atletismo guatemalteco, los eventos realizados y a realizarse tanto a nivel local como extranjero.

Además se consideró importante conocer acerca de estadísticas, historia, resultados, biografías, eventos y muchos datos más, que a la fecha no se encontraban dentro de la información proporcionada por la institución.

Para solucionar estos problemas, se propuso la creación de una cuenta oficial en Twitter e Instagram para la Federación Nacional de Atletismo, que sumadas a una Página Web y a una cuenta en Facebook de la institución, nutridas con nueva información que genere interés, pudiera tener el alcance necesario para cubrir los requerimientos y necesidades presentadas por el grupo objetivo y al mismo tiempo lograra proyectarse de manera eficiente hacia un grupo aún más numeroso de personas, logrando incrementar el alcance de la información generada por la institución.

3.4.- Justificación de la propuesta

La propuesta realizada a la Federación Nacional de Atletismo, FNA, en cuanto al uso adecuado y eficiente de los Medios de Interacción Social (Redes Sociales, Página Web, Correo Electrónico), se hizo teniendo presentes las necesidades comunicacionales que presentaba la institución, su grupo objetivo y las estrategias previamente citadas en este texto.

El motivo por el que se decidió generar una propuesta de comunicación externa a través de Medios de Interacción Social radica en que a partir del proceso de observación se determinó que actualmente tanto la población a la que se dirige la FNA como el público en general da un uso preponderante a todos los servicios y a

las facilidades brindadas por el Internet, esto genera un canal óptimo para la transmisión de mensajes, para la interacción, para el tráfico de información y para un proceso de comunicación bien hilvanado a un costo nulo o relativamente bajo.

Es decir, lo realizado tiene como propósito compartir con el público todas las actividades realizadas, procesos ejecutados y resultados alcanzados por los atletas pertenecientes a la Federación Nacional de Atletismo y por la institución como tal.

3.5.- Estrategia para su implementación

Para llevar a cabo el proyecto se realizó previamente una encuesta donde el grupo objetivo indicó que los canales por donde obtenía información relacionada a la Federación Nacional de Atletismo de Guatemala eran la cuenta en Facebook y el Correo Electrónico.

Tomando esto como punto de partida, se decidió compartir mayor cantidad de información por estos medios y además se crearon cuentas tanto en Twitter como en Instagram, que trabajando al unísono puedan incrementar el tráfico de información generada por la institución.

Además, se hicieron análisis históricos del Atletismo en Guatemala, con el propósito de ingresar datos verídicos previamente corroborados que generen interés y a la vez eduquen a la población interesada en conocer acerca de este deporte a la página web oficial, que hasta la fecha había sido descuidada y se encontraba desactualizada.

3.6.- Cronograma de ejecución

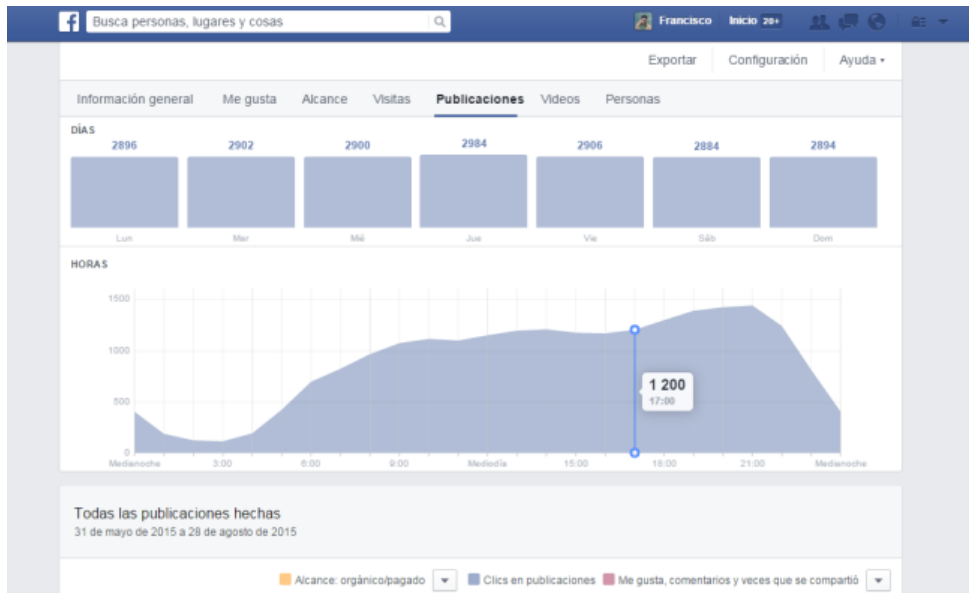
ACTIVIDAD/SEMANA	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 5
1. Revisión de Redes Sociales, Medios Informativos y documentación utilizados por la Federación Nacional de Atletismo.					
2. Visitas presenciales a la residencia del señor Fidel Echeverría Méndez en busca de datos históricos relevantes.					
3. Recopilación y proceso de redacción de la información obtenida durante Eventos realizados en el 2015.					
4. Corrección de las tablas de récords nacionales que se cargarían a la página web para conocimiento público.					
5. Creación e inicio de etapa promocional de las cuentas en Redes Sociales Twitter e Instagram para la Federación Nacional de Atletismo.					

ACTIVIDAD/ SEMANA	SEMANA 6	SEMANA 7	SEMANA 8	SEMANA 9	SEMANA 10
6. Promoción de Redes Sociales y propagación de Boletines Informativos a Medios De Comunicación acerca de Campeonato Centroamericano Juvenil.					
7. Cobertura de Campeonato Centroamericano Juvenil, San Salvador 2015; lanzamiento oficial de redes sociales Instagram y Twitter.					
8. Cobertura de Juegos Deportivos Nacionales, Zacapa 2015, creación de Boletines y manejo de Redes Sociales.					
9. Cobertura Campeonato Centroamericano Mayor Managua 2015;					
10. Cobertura Campeonato Mundial Juvenil de Atletismo, Cali 2015. Boletines informativos, manejo de redes sociales, imágenes y resultados.					

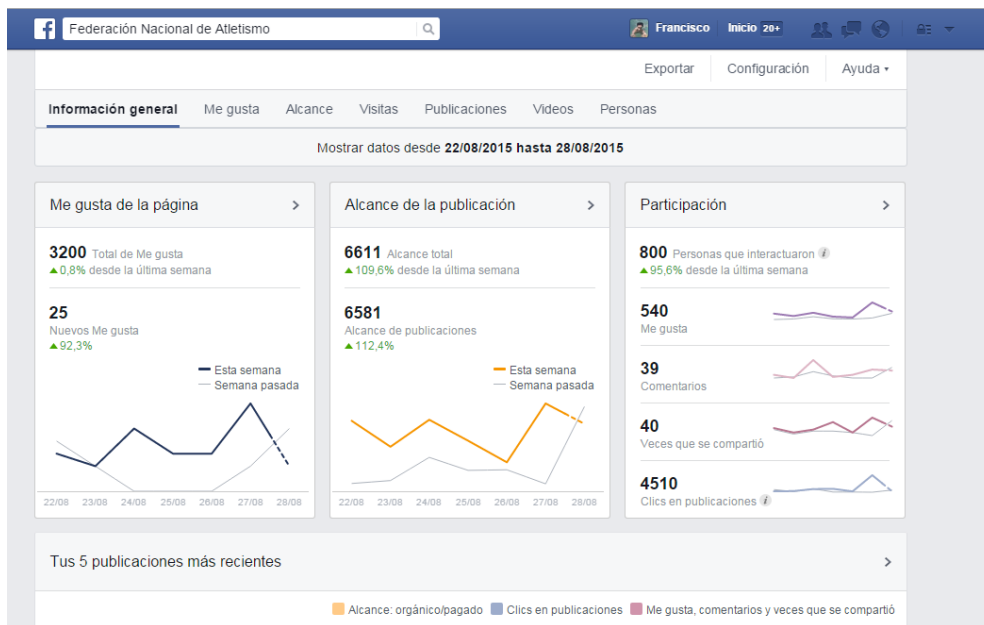
Capítulo IV Control y seguimiento

4.1.- Ejecución de propuestas (artes finales)

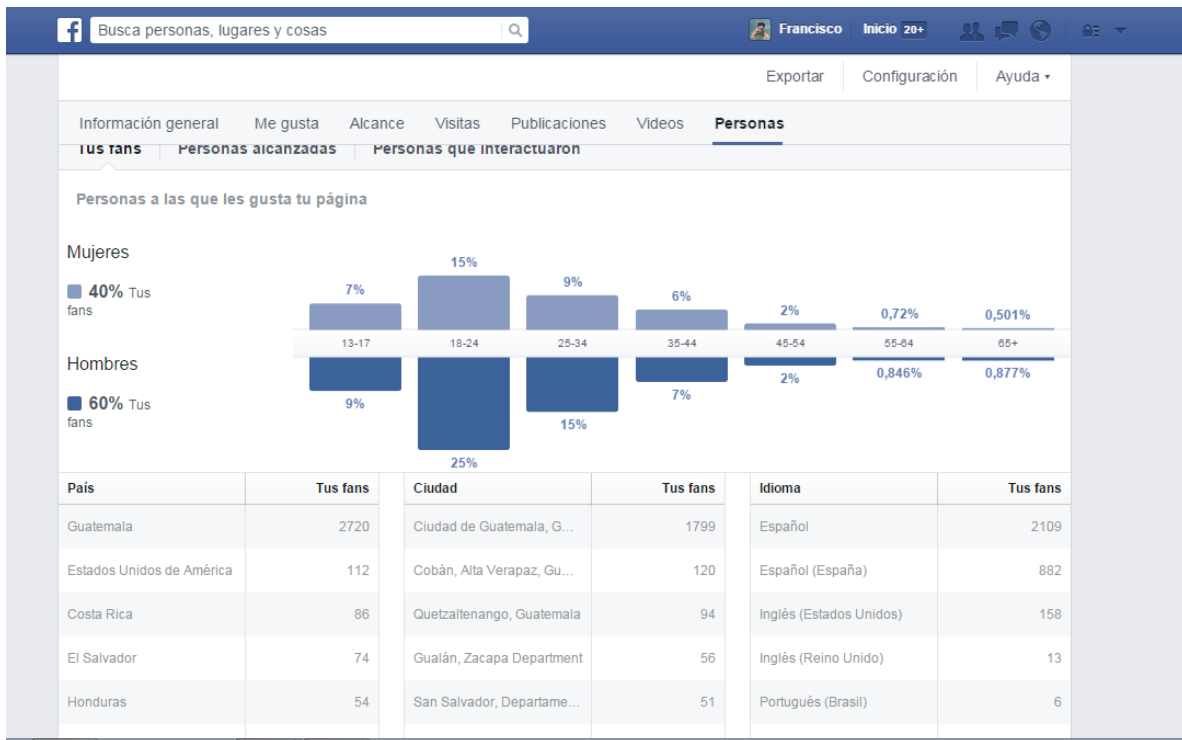
4.1.1.-Cuenta oficial en Facebook de la Federación Nacional de Atletismo



Fuente: capturas propias por el autor.



Fuente: capturas propias por el autor.



Fuente: capturas propias por el autor.

Federación Nacional de Atletismo

3200 Me gusta +25 esta semana
Ernesto Alejandro Selva Flores y 184 amigos más

6590 personas alcanzadas esta semana

Fortalece ahora tu marca
Acércate a los fans de tu negocio e impulsa tus ventas.
[Promocionar página](#)

Estado
Escribe algo...

Federación Nacional de Atletismo
Publicado por Francisco Castañanos · Hace un momento ·

Tras una participación histórica, Mirna Sucely Ortiz se ubica en la 12va posición en los 20 Kilómetros Marcha del Campeonato Mundial de Atletismo Beijing 2015 con un tiempo de 1h:31:32, con lo que obtiene la mejor participación para una guatemalteca en campeonatos de esta naturaleza. Por su parte Maritza Poncio alcanzó el puesto 28, con un tiempo de 1h:35:53 y Mayra Herrera en el puesto 39 con 1h:39:23. El evento fue dominado por las competidoras locales, quienes obtuvieron el 1-2 en esta prueba. La Federación Nacional de Atletismo felicita a las representantes guatemaltecas por tan valioso esfuerzo y por siempre dar lo mejor de sí para poner en alto el nombre de Guatemala

Esta semana
6 599 Alcance de publicaciones
804 Interacción con publicaciones

Reciente
2015
2014

[Promocionar publicación](#)

Fuente: capturas propias por el autor.



Fuente: capturas propias por el autor.



Fuente: capturas propias por el autor.



Fuente: capturas propias por el autor.

4.1.2.- Cuenta oficial en Instagram de la Federación Nacional de Atletismo



Fuente: capturas propias por el autor.

4.1.3.- Cuenta oficial en Twitter de la Federación Nacional de Atletismo

Fuente: capturas propias por el autor.

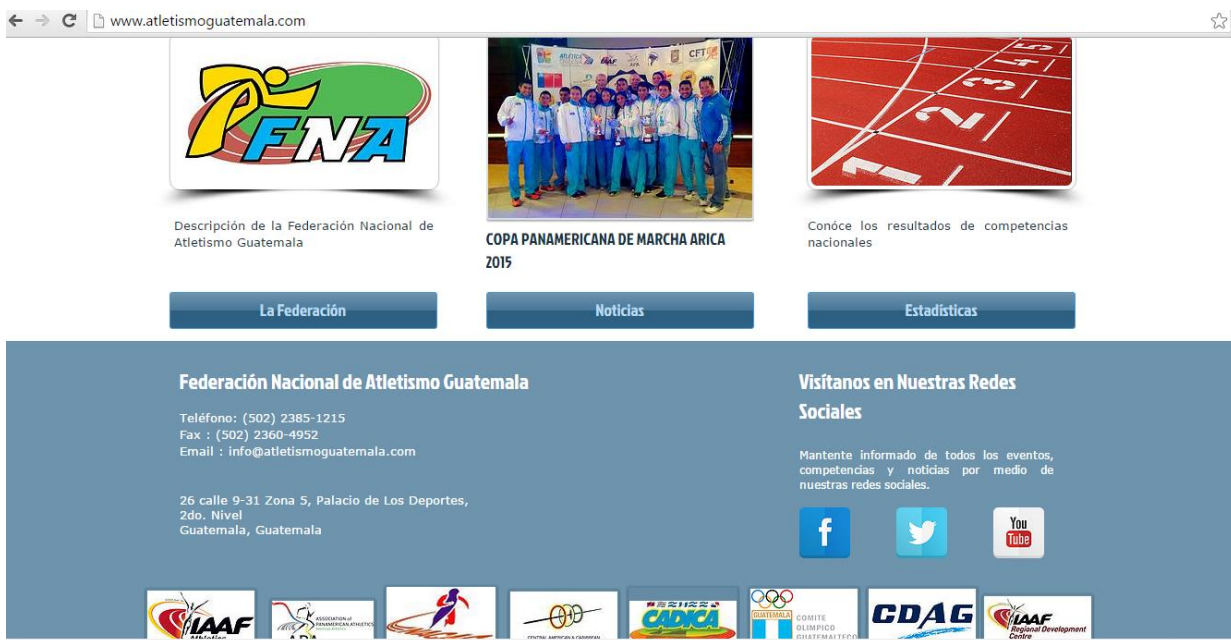
HORAS DE COMIENZO DE CLASIFICACIÓN			HORAS DE LA PRUEBA		GÉNERO		CATEGORÍA		FASE	
APERTURA	CIERRE	INGRESO A LA INSTALACIÓN	INICIO	FIN						
7:10	7:25	7:30	8:00	Impulso de Bala (3kg)	Femen / Masc	Infantil 'W'	Final			
8:10	8:25	8:30	9:00	Impulso de Bala (3kg)	Femenino	Juvenil 'C'	Final			
8:10	8:25	8:30	9:00	Lanzamiento de Martillo (3kg)	Masculino	Juvenil 'C'	Final			
9:10	9:25	9:30	10:00	Impulso de Bala (3kg)	Masculino	Juvenil 'C'	Final			

Fuente: capturas propias por el autor.

4.1.4.-Página Web Institucional



Fuente: capturas propias por el autor.



Fuente: capturas propias por el autor.

www.atletismoguatemala.com/#:Delegacion-obtiene-11-preseas-en-el-Campeonato-Centroamericano-Mayor/c17jj/55e8be660cf2de902a7d3e63

Inicio Federación Información Pública Competencias Estadísticas Noticias Contacto

Delegación obtiene 11 preseas en el Campeonato Centroamericano Mayor

06/28/2015



El Campeonato Centroamericano Mayor de Atletismo, disputado en Managua, Nicaragua del 26 al 28 de junio trajo consigo once preseas para la delegación guatemalteca: cinco doradas, tres de plata y tres de bronce. La participación más destacada vino por parte de la saltadora horizontal Estéfany Mariachonchita Cruz que, tras agenciarse en la primera jornada la victoria en el Salto de Longitud con una marca de 5.63 metros y cerró su participación coronándose igualmente en el Salto Triple con un salto de 12.69 metros. Gerber Patricio Blanco y Diego Alejandro Berrios subieron a lo más alto del podio en 110 metros con vallas (14.39) y Lanzamiento de Martillo (60.61m) respectivamente, esto como parte de su preparación rumbo a los Juegos Deportivos

Noticias Recientes

- Atletismo guatemalteco en Toronto 2015 July 26, 2015
- Guatemala dijo presente en Cali 2015 July 20, 2015
- Delegación obtiene 11 preseas en el Campeonato Centroamericano Mayor June 28, 2015
- Zacapa albergó la edición 2015 de los Juegos Deportivos Nacionales June 26, 2015

Fuente: capturas propias por el autor.

www.atletismoguatemala.com/#:Guatemala-arrasa-en-el-Campeonato-Centroamericano-Juvenil/c17jj/55e8be660cf2de902a7d3e63

Guatemala arrasa en el Campeonato Centroamericano Juvenil

06/14/2015



Gracias a una destacada participación, la delegación juvenil de Atletismo de Guatemala, integrada por 103 atletas, se coronó el domingo 14 de junio como la mejor del Istmo tras alcanzar un total de 534 puntos, superando a Costa Rica (494 pts.) y a El Salvador (448 pts.), con lo que obtiene el título de Campeón Absoluto por segundo año consecutivo. Entre los atletas más destacados del equipo nacional, vale destacar la participación de Rosa Benita Baltazar, quien impuso tres nuevos registros nacionales en las pruebas de velocidad de la categoría Juvenil B.

Sabrina Denisse Gaitán y Sonja Gissel Moreno brindaron gratas satisfacciones a la delegación coronándose en las pruebas de lanzamientos, la marcha fue ampliamente dominada por el

Noticias Recientes

- Atletismo guatemalteco en Toronto 2015 July 26, 2015
- Guatemala dijo presente en Cali 2015 July 20, 2015
- Delegación obtiene 11 preseas en el Campeonato Centroamericano Mayor June 28, 2015
- Zacapa albergó la edición 2015 de los Juegos Deportivos Nacionales June 26, 2015
- Guatemala arrasa en el Campeonato Centroamericano Juvenil June 14, 2015

Fuente: capturas propias por el autor.

4.1.5.- Tablas de Récords Nacionales corregidas

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
2	100m	Lilian Rocío Orellana McPhearson	12.62	05/09/2012	Selección Nacional	San Salvador.					
3	100m	Melda Kelly Ramírez Bernárdez	12.6	09/11/2007	Selección Nacional	San Salvador.					
4	150m	Lilian Rocío Orellana McPhearson	18.92	08/10/11	Jalapa	EMF Guatemala.					
5	300m	Lisandra Leticia Norales Ávila	42.88		Selección Nacional	Costa Rica.					
6	300m	Melda Kelly Ramírez	42.3	10/11/2007	Selección Nacional	San Salvador.					
7	600m	Patricia Michelle Chávez	1:42.3	13/10/2013	Quetzaltenango	EMF Guatemala.					
8	1200m	María Florida Alma Bac Batz	3:49.73	23/11/12	Selección Nacional	Costa Rica.					
9	2000	María Florida Alma Bac Batz	6:57.42	24/11/12	Selección Nacional	Costa Rica.					
10	80 c/v	María Alejandra Menéndez González	12.93	30/05/08	Triunfo AG	EMF Guatemala.					
11	80 c/v	Rosa Benita Baltazar Leiva	12.93	10/10/14	Izabal	EMF Guatemala.					
12	200 c/v	María Alejandra Menéndez González	29.60	30/08/08	Triunfo AG	EMF Guatemala.					
13	300 c/v	Claudia Marisol Villeda Cardona	47.21	11/05/06	Selección Nacional	ECP Guatemala.					
14	4000m	Marcha Madelein Alicia Grave Chávez	20:03.55	18/05/13	Quiché	ECP Guatemala.					
15	4 Kilómetros	Marcha Yasury Palacios San José	20:43.0	16/02/14	Baja Verapaz	Avenida Simeón Cañas, zona 2.					
16	Relevo	Meadley Aldana, Menéndez, Norales, Ramírez	2:27.61	22/11/08	Selección Nacional	Nicaragua.					
17	4X100	Paniagua, Mérida, Norales, Ramírez	51.78	27/11/09	Selección Nacional	Nicaragua.					
18	Salto Largo	Estéfany Mariaconchita Cruz Pérez	5.43m	02/09/05	AAAT	EMF Guatemala.					
19	Salto Triple	Estéfany Mariaconchita Cruz Pérez	12.04m	02/11/05	AAAT	ECP Guatemala.					
20	Salto Alto	Ana Regina Quiñonez	1.68m	01/08/87	Selección Nacional	EFB El Salvador.					
21	Salto con Pértiga	Denisse Jerez Figueroa	1.90m	12/12/97	Selección Nacional	San Pedro Sula Honduras.					
22	Impulsión de Bala (4kg)	Sabrina Denisse Gaitán Barrera	12.85m	23/11/12	Selección Nacional	Costa Rica.					
23	Impulsión de Bala (4kg)	Sabrina Denisse Gaitán Barrera	10.95m	12/02/12	1 Throw Deep	Marietta GA, USA.					
24	Lanzamiento de Disco (1kg)	Sabrina Denisse Gaitán Barrera	39.30m	06/05/12	1 Throw Deep	Marietta GA, USA.					
25	Lanzamiento de Martillo (3kg)	Sabrina Denisse Gaitán Barrera	56.38m	25/11/12	Selección Nacional	Costa Rica.					
26	Lanzamiento de Martillo (4kg)	Sabrina Denisse Gaitán Barrera	48.49m	06/05/12	1 Throw Deep	Marietta GA, USA.					

Fuente: capturas propias por el autor.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
1	100m	Mauricio Galindo Vega	11.18 (0.5)	00/05/15	Olimpícus	EMF Guatemala.					
2	150m	Jairo Gonzalo Guerra Zúñiga	17.26	22/11/08	Selección Nacional	Managua Nicaragua.					
3	300m	Jairo Gonzalo Guerra Zúñiga	36.38	22/11/08	Selección Nacional	Managua Nicaragua.					
4	600m	Manuel Alfredo Rivas Palacios	1:24.21	26/11/10	Selección Nacional	San Pedro Sula Honduras.					
5	1,200m	Mario Francisco Melgar Chávez	3:19.31	26/11/11	Selección Nacional	Managua Nicaragua.					
6	2,000m	Mario Francisco Melgar Chávez	6:02.80	27/11/11	Selección Nacional	Managua Nicaragua.					
7	100 c/v (0.84m)	Wiestan Christopher Mena Arana	13.79	16/11/13	Selección Nacional	Managua Nicaragua.					
8	300 c/v (0.76m)	Gerber Patricio Blanco Mena	40.79	21/11/08	Selección Nacional	Managua Nicaragua.					
9	2,000 c/obst. (0.76m)	Freddy Orlando Ruano Conde	6:34.2	21/11/08	Selección Nacional	Managua Nicaragua.					
10	5,000m	Marcha Juan Carlos Hernández Suárez	22:35.03	****							
11	5km	Marcha Anibal Xiquín Zapeta	22:57.20	16/02/14	Quiché	Av. Simeón Cañas, Guatemala.					
12	4X100	Pira, Guerra, Andrade, Martínez	45.66	21/11/08	Selección Nacional	Nicaragua.					
13	Relevo	Meadley Leiva, Paz, Jolón, Rivas	2:05.45	27/11/10	Selección Nacional	Tegucigalpa Honduras.					
14	Salto Largo	Freddy Enrique Lemus Guerra	6.80m	13/04/13	Selección Nacional	ENMF Guatemala.					
15	Salto Triple	Freddy Enrique Lemus Guerra	14.25m	26/04/13	Zacapa	ENMF Guatemala.					
16	Salto Alto	Mauricio Galindo Vega	1.96m	06/06/15	Selección Nacional	Morelia México.					
17	Salto con Pértiga	Freddy Enrique Lemus Guerra	3.15m								
18	Impulsión de Bala (4kg)	Hugo Antonio González Martínez	15.79m	26/11/11	Selección Nacional	Managua Nicaragua.					
19	Lanzamiento de Disco (1kg)	Érick Lombardo González López	47.59m	25/11/11	Selección Nacional	Managua Nicaragua.					
20	Lanzamiento de Martillo (4kg)	Enrique Espartaco Gaitán Barrera	54.13m								
21	Lanzamiento de Jabalina (600grs)	Ronald Edyberto Ramírez Leiva	49.90m								
22	Heptatlón (80m-Longitud-Bala (4kg)-Altura-100 c/v (0.84m)-Jabalina-1000m)										
23	Heptatlón 1, 80m:	Mauricio Galindo Vega	9.72								
24	Heptatlón 2, Salto de Longitud:	Freddy Enrique Lemus Guerra	6.80m								
25	Heptatlón 3, Impulsión de Bala:	Ronald Edyberto Ramírez Leiva	13.63m								

Fuente: capturas propias por el autor.

4.2.- Descripción de materiales utilizados

Para llevar a cabo el proyecto se requirió de una investigación previa, que reforzada por el método de observación, las entrevistas y las encuestas, permitió ampliar el panorama del quehacer de la Federación Nacional de Atletismo en cuanto a temas de índole comunicacional.

Gracias a todas las herramientas utilizadas se logró determinar y delimitar el grupo objetivo al que se dirigiría y hacia el que estaría orientado el proyecto de comunicación. A partir de la investigación se descubrió la importancia del uso de Medios de Interacción Social Digital, dentro de los que destacó el uso de redes sociales, de los que a la postre se haría uso y se intentaría sacar el mayor provecho. Se decidió trabajar con las siguientes plataformas:

Facebook: según lo describe Alexa Internet, Inc. Esta es la red social más utilizada y la segunda página más visitada en toda la plataforma de Internet, detrás de Google.com. Posee más de 1650 millones de usuarios activos alrededor del mundo. La mayor parte del grupo objetivo dijo hacer uso de este medio y por ende recibir información relacionada con la Federación Nacional de Atletismo a través de esta vía, que, además de ser gratuita, resulta inmediata.

Twitter: la novena página más visitada alrededor del mundo y la segunda más utilizada en cuanto a redes sociales se refiere. Cuenta con más de 560 millones de usuarios alrededor del mundo y se caracteriza por el uso de mensajes breves y concisos que a veces se encuentran acompañadas de imágenes o pequeños videos. Su principal virtud es poder proporcionar noticias de manera inmediata.

Instagram: esta es una red social y aplicación que tiene como propósito compartir fotografías y videos. Permite aplicar efectos fotográficos y posteriormente compartir las imágenes en diferentes redes sociales como Facebook y Twitter; a la fecha cuenta con más de 300 millones de usuarios. La cuenta oficial de la Federación Nacional de Atletismo en Instagram ha tenido un gran impacto y aceptación, en aproximadamente dos meses ha conseguido más de 150 seguidores, haciendo notar su efectividad y popularidad.

Además del uso de redes sociales se creó contenido para su publicación en la página web oficial de la institución. Dentro del contenido se incluyó una tabla actualizada de récords nacionales, creada con el programa Excel, se incluyó historia de la institución y participación de atletas guatemaltecos en eventos tanto nacionales como internacionales, con el transcurrir del tiempo.

Algunos de los resultados positivos del proyecto los demuestran las estadísticas que poseen las redes sociales que, tras ser analizadas, evidencian un crecimiento en cuanto al uso de la plataforma Facebook a la fecha cuenta con más de 3200 seguidores, ha aumentado su interacción y movimiento de manera considerable.

De igual manera, las cuentas en Twitter e Instagram han tenido gran aceptación entre el grupo objetivo. A partir de septiembre se encontrará en la página web oficial de la institución una tabla actualizada de récords nacionales.

Conclusiones finales

- Los aspectos metodológicos en los que estuvo basada la investigación resultaron indispensable. Se tuvo como punto de partida la observación, proceso que permitió tener un claro panorama de las virtudes y fallas cometidas por la institución en el manejo de la imagen que proyectaba, es decir, su comunicación externa.
- Además de la observación, cabe destacar la preponderancia de los resultados obtenidos en las encuestas realizadas. Estas permitieron tener una base concreta sobre la que se pudo realizar una propuesta acorde al problema evidenciado y luego manifestado en la opinión del grupo objetivo.
- Se corroboró que la utilización de Medios de Interacción Social resulta indispensable para cualquier institución o empresa que quiera dar a conocer su labor, producto o servicio.
- El uso de Medios de Interacción Social incrementó, incrementa e incrementará la proyección del trabajo realizado por la Federación Nacional de Atletismo, sus logros, sus gestiones y la imagen de los atletas pertenecientes a esta.
- Se comprobó que proporcionar datos de actualidad, históricos y estadísticos de relevancia, satisface y a la vez aumenta el interés y las necesidades del grupo objetivo en cuanto a tener acceso a este tipo de información.

Recomendaciones generales

En base a la evidencia recopilada durante el proceso de investigación e implementación del presente proyecto se recomienda:

A la Federación Nacional de Atletismo

-Integrar y capacitar a una persona que se encargue de dar seguimiento y actualizar tanto la página web como las redes sociales, con el propósito de darle continuidad a la labor realizada en este proyecto.

-Mantener un control constante acerca de la opinión y las necesidades presentadas por el grupo objetivo con respecto a la información que genera la institución, con el propósito de mantener captada su atención.

-Realizar una revisión exhaustiva que ayude a nutrir los anales del atletismo; investigar y dar a conocer hechos del pasado que engrandezcan la historia de este deporte en Guatemala.

A la Universidad de San Carlos de Guatemala

-Continuar con el proceso de promoción y desarrollo de la educación superior de la República de Guatemala, incentivando con esto a las futuras generaciones a prepararse para alcanzar un desarrollo intelectual que permita aprovechar de la mejor manera los recursos humanos y físicos que posee el país en pro del desarrollo social en conjunto.

Al Proyecto del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación

-Continuar con tan necesaria labor, fomentando y agilizando procesos comunicacionales “Ad Honorem Causa” para instituciones que abran sus puertas a la práctica, y creen espacios para la puesta en marcha y aplicación de los proyectos basados en conocimientos obtenidos previamente por los alumnos de su casa de estudios.

Bibliografía

- 1.- Bartoli, A. 1992. "Comunicación y Organización". Paidós, Barcelona.
- 2.- Bavaresco de Prieto, Aura M. 2006, "Proceso metodológico de la investigación", Cuarta Edición, España.
- 3.- Berlo, David K. 2000, "El proceso de la Comunicación", El Ateneo.
- 4.- Blaxter, Hughes y Tight. 2000, "Cómo se hace una investigación", Primera Edición, EEUU.
- 5.- Bunge, M. 1975, "La investigación científica", Cuarta Edición, Barcelona.
- 6.- Caballero Romero, A. 2013, "Metodología integral innovadora para planes y tesis", P.79, México.
- 7.- Echeverría Méndez, F. 2010, "Historia del Atletismo en Guatemala, tomo 3", Primera Edición, Guatemala.
- 8.- Fernández Collado, C. 1997. "La comunicación en las organizaciones", Editorial Trillas, México.
- 9.- Fernández Collado, Carlos. 2005, "La comunicación en las organizaciones", Editorial Trillas, España.
- 10.- Goldhaber, G. M. 1994. "Comunicación Organizacional". Diana S.A, México.
- 11.- Hernández; Fernández y Baptista. 2006, "Metodología de la investigación", Cuarta Edición, México.
- 12.- Hernández; Fernández y Baptista. 2010, "Metodología de la investigación", Quinta Edición, Chile.
- 13.- Herrera Martínez, G. 2004, "¿Vale la pena invertir en comunicación organizacional?", Ed. Mico Panoch, Argentina.

- 14.- Kreps, G. 1990. "Organizational Communication. Theory and Practice". Longman, E.E.U.U.
- 15.- Monje Álvarez, C. 2011, "Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa", Editorial Neiva, Colombia.
- 16.- Muriel, M.L. y Rotta, G. 1980, "Comunicación institucional: enfoque social de relaciones públicas", Editorial Andina, Ecuador.
- 17.- Muriel, M.L. y Rotta, G. 1980, "Comunicación institucional: enfoque social de las relaciones públicas", CIESPAL, Quito Ecuador.
- 18.- Prieto Castillo, Daniel. Coyoacán 1998, "Retórica y manipulación masiva", Tercera Edición, México D.F.
- 19.- Rebeil Corella, M. 2008, "Comunicación estratégica en las organizaciones", México.
- 20.- Tamayo y Tamayo, Mario. 2002, "El Proceso de la Investigación Científica", Cuarta Edición, México DF.
- 21.- Zorrilla Arena, S. (1985), "Introducción a la metodología de la investigación", Editorial Océano, México.

E-grafías

- 1.- Nieves Cruz, F. 2006, Gestipolis.com. Disponible en: <http://www.gestipolis.com/canales7/ger/conceptos-de-comunicacion.htm>
- 2.- Diccionario de la Real Academia Española, XXIII Edición, 2014. Disponible en: <http://lema.rae.es/drae/>
3. http://www.bioestadistico.com/index.php?option=com_content&view=article&id=153:calculo-del-tamano-de-la-muestra-para-estimar-parametros-categoricos-en-poblaciones-finitas&catid=46:calculo-del-tamano-de-la-muestra&Itemid=213

Anexos



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Proyecto EPS
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación



Encuesta

Toda la información que usted proporcione será valiosa y confidencial, se utilizará únicamente para obtener datos estadísticos para fines investigativos.

1.- ¿Utiliza con frecuencia el Internet y las redes sociales para informarse de temas que le interesen?

Sí

No

2.- ¿Considera que la comunicación a través de medios de comunicación electrónicos resulta indispensable para conocer todo lo que realiza la FNA?

Sí

No

3.- ¿La página web de la FNA resuelve todas sus dudas?

Sí

No

4.- ¿Cree que la FNA aprovecha adecuadamente su página web como medio de comunicación para con los atletas y público en general?

Sí

No

5.- ¿Le parece adecuada la utilización de redes sociales por parte de la FNA?

Sí

No

6.- ¿Está actualizado con respecto a las actividades que ha realizado y realizará en fechas cercanas la FNA?

Sí

No

7.- ¿Considera importante conocer la historia del Atletismo en Guatemala?

Sí

No

8.- ¿Sabe cuáles son los Records nacionales de Atletismo en las diferentes pruebas y categorías?

Sí

No

9.- ¿Cree que conociendo datos del Atletismo guatemalteco, los atletas se sientan más identificados con el deporte que practican?

Sí

No

10.- ¿A través de qué forma se entera de las actividades realizadas por la FNA?

Prensa

Radio

Televisión

Facebook

Twitter

Página web

Correo Electrónico



FEDERACIÓN NACIONAL DE ATLETISMO ORGANIGRAMA

