

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

**“ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA DE LA OFICINA DE LA
JUVENTUD DE LA DIRECCIÓN DE DESARROLLO SOCIAL”**

JOSELINE KARINA CONTRERAS CAMPOS

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA, NOVIEMBRE DE 2015.



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

**“ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA DE LA OFICINA DE LA
JUVENTUD DE LA DIRECCIÓN DE DESARROLLO SOCIAL”**

Informe Final Del Ejercicio Profesional Supervisado –EPS- Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

JOSELINE KARINA CONTRERAS CAMPOS

Previo a optar el título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



GUATEMALA, NOVIEMBRE DE 2015.

Consejo Directivo

Director

Li. Julio Moreno Sebastián

Secretaría Administrativa

M.A. Claudia Molina

Representantes Docentes

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor Carillas Brán

Representantes de Egresados

Lic. Michael González Bátres

Representantes Estudiantiles

Pub. Joseph Mena

Pub. Carlos León

Coordinador de EPS

Lic. Luis Pedroza Gaytán

Supervisora de EPS

Licda. Sandra Hernández y Hernández



La ciudad es
**como
TÚ**

Dirección de Desarrollo social
Municipalidad de Guatemala

Guatemala, 28 de Septiembre de 2015

Lic. Luis Pedroza
Coordinador
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

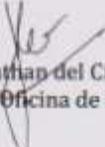
Estimado Licenciado Pedroza:
Reciba un cordial saludo de Jonathan del Cid, esperando que sus actividades se desarrollen con éxito.

Por medio de la presente, hacemos constar que **Joseline Karina Contreras Campos**, quién se identifica con DPI **2108 27858 0101** y número de carné **201016470** de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y, previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación; realizó el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta entidad específicamente, en la OFICINA DE LA JUVENTUD, cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica que comprendió del **04 de Mayo** al **26 de Junio** del año en curso.

Realizando durante el tiempo estipulado actividades en base al proyecto **"ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA DE LA OFICINA DE LA JUVENTUD DE LA DIRECCIÓN DE DESARROLLO SOCIAL"**, todo con el material comunicacional respectivo debidamente entregado y recibido por la OFICINA DE LA JUVENTUD. Por lo cual manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo de la epesista.

En tal virtud, extendemos la presente CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA.

Atentamente,


Jonathan del Cid
Coordinador, Oficina de la Juventud



6ª avenida A 20-25 zona 1.
Teléfono: 7555 1000



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

Guatemala, 23 de octubre de 2015

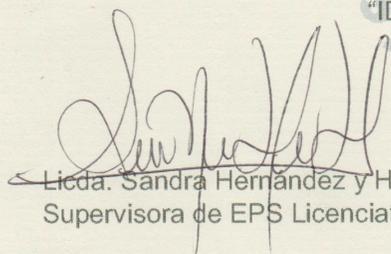
Estudiante
Joseline Karina Contreras Campos
Carné: 201016470
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

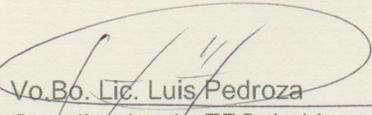
Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final del Proyecto de EPS de Licenciatura con título: "ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA DE LA OFICINA DE LA JUVENTUD DE LA DIRECCIÓN DE DESARROLLO SOCIAL".

El citado trabajo llena los requisitos de rigor del presente Programa, por lo cual emito **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

"DID Y ENSEÑAD A TODOS"


Licda. Sandra Hernández y Hernández
Supervisora de EPS Licenciatura




Vo.Bo. Lic. Luis Pedroza
Coordinador de EPS de Licenciatura
Sección "A"



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 de este trabajo.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a Dios y a mis ángeles, que desde el cielo guían mi camino, por cuidarme y darme fortaleza en cada paso que doy. A mi madre Evelyn Campos y mi padre Marvin Contreras, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo incondicional, los pilares fundamentales en vida, depositando toda su confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento de mi inteligencia y capacidad, con mucho amor y cariño, les dedico todo mi esfuerzo. En reconocimiento a todo el sacrificio puesto para que yo pueda estudiar, se merecen esto y mucho más. A Estuardo y Adrian mis queridos hermanos por ser mi apoyo incondicional y por ser mis mejores amigos. A mi sobrina Rosario Contreras por ser la alegría y luz de mis días. A mis amigos Adriana y Miguel por acompañarme en este largo recorrido, brindándome su apoyo, consejos y por jamás bajar los brazos para que yo tampoco lo hiciera a pesar que las cosas se pusieran complicadas.

A todos ustedes con amor.

Joseline Karina Contreras Campos

AGRADECIMIENTOS

A Dios: porque sin él nada de esto hubiera sido posible, gracias por su eterna misericordia y por acompañarme en cada paso que doy

A mis padres: por su paciencia, entrega y dedicación. Por el gran esfuerzo que siempre han hecho por darme lo mejor, porque a pesar de tanto siempre han llevado la cabeza en alto y han sobresalido de tanto obstáculo, ustedes son mi razón de ser, ustedes son los merecedores de este éxito.

A mis hermanos: Por ser mis aliados, mis amigos y mi apoyo incondicional. Porque siempre que necesite de una mano ustedes me la tendieron sin dudar, gracias por estar conmigo en otra etapa importante de mi vida, gracias por querer y cuidar a su única hermana.

A mi sobrina: Por ser la luz y alegría de mis días.

A mis Docentes: Por sus enseñanzas, por su ejemplo y dedicación.

A mis amigos: Adriana, Miguel, Luvy, Gustavo, Mario, Javier, Esteban por ser mis compinches, mi complemento y mi mano derecha, por acompañarme en todo este recorrido. Gracias por haberme brindado su amistad y tantos momentos alegres.

A mi casa de estudios: Universidad de San Carlos de Guatemala y Escuela de Ciencias de la Comunicación por ser la casa de estudios de nivel superior, que me brindo la oportunidad de trazar un camino en busca de la Superación Académica.

A mi asesora: Licda. Sandra Hernández y Hernández por su apoyo y asesoría incondicional.

ÍNDICE

RESUMEN.....	X
INTRODUCCIÓN.....	XI
JUSTIFICACIÓN.....	XII
CAPÍTULO I	
1. DIAGNÓSTICO.....	1
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO.....	1
1.1.1. Objetivo General.....	1
1.1.2. Objetivos Específicos.....	1
1.2. LA INSTITUCIÓN.....	1
1.2.1. Ubicación Geográfica.....	1
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas.....	1
1.2.3. Antecedentes o Historia.....	2
1.2.4. Departamentos o Dependencias.....	3
1.2.5. Misión.....	7
1.2.6. Visión.....	7
1.2.7. Objetivos Institucionales.....	7
1.2.8. Público Objetivo.....	7
1.2.9. Organigrama.....	8
1.3. METODOLOGÍA.....	9
1.3.1. Descripción del Método	9
1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección	9
1.3.3. Cronograma del Diagnóstico	11
1.4. RECOPIACION DE DATOS	12
1.4.1. Ficha de las entrevistas	12
1.4.2. Resultado de las entrevistas	13
1.4.3. Tablas comparativas.....	16
1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA.....	17
1.5.1. Fortalezas.....	17

1.5.2. Oportunidades.....	17
1.5.3. Debilidades.....	17
1.5.4. Amenazas.....	17

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN.....	18
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES.....	18
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN.....	20
2.2.1. Objetivo General.....	20
2.2.2. Objetivos Específicos.....	20
2.3. PÚBLICO OBJETIVO.....	21
2.4. MENSAJE.....	22
2.5. ESTRATEGIAS.....	23
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN.....	24

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN.....	25
3.1. PROYECTO DESARROLLADO.....	25
3.1.1. Financiamiento.....	25
3.1.2. Presupuesto	25
3.1.3. Beneficiarios.....	26
3.1.4. Recursos humanos.....	26
3.1.5. Áreas Geográficas de Acción	27
3.2. ESTRATEGIA Y ACCIONES DESARROLLADAS	27
3.2.1. Estrategia de planificación y control.....	27
3.2.2. Acciones desarrolladas.....	28
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	29
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO	30
CONCLUSIONES.....	32
RECOMEDACIONES.....	33

GLOSARIO DE TERMINOS.....	34
BIBLIOGRAFÍA	37
EGRAFÍA.....	38
ANEXOS.....	39
Transcripción completa de las Entrevistas.....	39
Fotografías	50

RESUMEN

Nombre de la Institución: Oficina de la Juventud, de la Dirección de Desarrollo Social.

Nombre del Proyecto:

“ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA DE LA OFICINA DE LA JUVENTUD DE LA DIRECCIÓN DE DESARROLLO SOCIAL”

Objetivos del Proyecto

General: Optimizar los procesos de planificación para fortalecer la comunicación externa de la Oficina de la Juventud.

Específicos:

- Implementar un plan que respalde la participación de los jóvenes a los programas de la Oficina de la Juventud.
- Solidar una base de datos de los participantes para crear confiabilidad.
- Efectuar un medio informativo veraz y actualizado de las actividades de la Oficina de la Juventud.

Sinopsis:

El presente informe comunicacional fue realizado en la Oficina de la Juventud de la Dirección de Desarrollo Social, en la cual se conto con el apoyo de el Licenciado Jonathan del Cid, durante 300 horas del Ejercicio Profesional Supervisado. El proyecto está conformado en tres etapas: Diagnóstico Comunicacional, Estrategia y Ejecución. Para la realización del diagnóstico comunicacional se utilizaron la observación y la entrevista las cuales permitieron detectar el déficit que sufría la comunicación externa de dicha entidad. Lo que dio lugar al proyecto “ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA DE LA OFICINA DE LA JUVENTUD DE LA DIRECCIÓN DE DESARROLLO SOCIAL”. En la estrategia de comunicación se trabajo material de planificación y control.

INTRODUCCIÓN

El Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, representa la culminación de la carrera de Licenciatura que cada año la Universidad de San Carlos de Guatemala dota al ámbito profesional como formadora para los y las estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

La comunicación es una de las políticas inherentes a cualquier actividad que se realice por parte de una institución, ya que toda entidad constituida por humanos va a necesitar relacionarse, transmitir, interna y externamente, sus opiniones, reivindicaciones, necesidades o logros. Esta imperiosa necesidad de comunicar, de transmitir al exterior y al interior de la institución, debe hacerse de forma metódica y sistemática, a través de una correcta planificación y tras un previo análisis de aquellas circunstancias del entorno que pudieran influir en el proceso. (Javier Barranco Saíz). Es por ello que se elaboro un informe de diagnóstico en las instalaciones de la Oficina de la Juventud de la Dirección de Desarrollo Social de la Municipalidad de Guatemala. El que tuvo como objetivo primordial determinar el curso de la comunicación externa de la Oficina de la Juventud de la Dirección de Desarrollo Social. Para este se realizo una previa investigación, en donde se utilizo el método de la observación dentro de las instalaciones de la Dirección de Desarrollo Social específicamente en la Oficina de la Juventud, se formo parte de los programas con los jóvenes, se indago en documentos, con el personal y con los promotores de las alcaldías auxiliares que apoyan los proyectos de la Oficina de la Juventud de la Dirección de Desarrollo Social.

Obteniendo el punto clave para la realización del proyecto “ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA DE LA OFICINA DE LA JUVENTUD DE LA DIRECCIÓN DE DESARROLLO SOCIAL, en la cual se incluyen las acciones que se llevaron a cabo para mejorar los problemas y barreras de comunicación externa que afectaban a la Oficina de la Juventud de la Dirección de Desarrollo Social.

JUSTIFICACIÓN

La Municipalidad de Guatemala creó la Dirección de Desarrollo Social con el objetivo de promover la Participación Ciudadana y la Organización Comunitaria, como herramienta en el análisis, priorización y resolución de los problemas barriales; así como la promoción del desarrollo integral de los vecinos. Concurriendo así la Oficina de la Juventud de la Dirección de Desarrollo Social quien maneja un conjunto de programas cuyo propósito fundamental es dotar y proporcionar a los jóvenes, herramientas para que reconozcan sus potencialidades, las cuales serán aplicadas para desarrollar su comunidad con mejor calidad de vida, basadas en las necesidades, problemas, e inquietudes de la población juvenil. Estas actividades están asociadas a una preparación y formación para que ellos sean autos gestores de su desarrollo humano. Para conocer más de la Oficina de la Juventud se decidió llevar a cabo un diagnóstico de comunicación externa.

Por lo que se planteo una estrategia de comunicación la cual es el conjunto de decisiones y prioridades basadas en el análisis y el diagnóstico que definen tanto la tarea como el modo de cumplirla por parte de las herramientas de comunicación disponibles. La estrategia de comunicación es a la vez una decisión, una intención y una estratagema. Prioriza objetivos y valora la información disponible tanto sobre el contenido o entidad objeto de comunicación, como sobre los sujetos receptores de esa comunicación, así como establece decisiones tanto en materia de contenidos como en la utilización de canales o herramientas de comunicación. La estrategia es un análisis, una ambición o intención y una decisión. Siendo este nuestro punto de partida para la ejecución del plan de comunicación que optimizo la comunicación externa de la Oficina de la Juventud de la Dirección de Desarrollo Social. Y se logro cumplir con los objetivos de la institución de una manera favorable. “La estrategia de comunicación es una serie de acciones programadas y planificadas que se implementaron a partir de ciertos intereses y necesidades, en un espacio de interacción humana, en una gran variedad de tiempos. La estrategia lleva un principio de orden, de selección, de intervención sobre una situación establecida”. (Arellano, citado por López Viera, 2003: 214)

CAPÍTULO I

1. DIAGNOSTICO COMUNICACIONAL

1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNOSTICO

1.1.1. Objetivo General

- Elaboración del diagnostico para determinar el estado de la comunicación externa de la Oficina de la Juventud de la Dirección de Desarrollo Social.

1.1.2. Objetivos Específicos

- Detectar las barreras de comunicación externa que afectan a la Oficina de la Juventud.
- Indagar entre la población para obtener resultados positivos.
- Conocer e identificar los medios comunicacionales que no están cumpliendo con el objetivo de comunicación que desea la Oficina de la Juventud.

1.2. LA INSTITUCIÓN

Oficina de la Juventud de la Dirección de Desarrollo Social de la Municipalidad de Guatemala.

1.2.1. Ubicación Geográfica

La Oficina de la Juventud se encuentra dentro de las instalaciones de la Dirección de Desarrollo Social, a las afueras de las instalaciones del Palacio Municipal, en la 6ta. Avenida "A" 20-25 de la Zona 1.

(Municipalidad de Guatemala, 2015)

1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas

Únicamente se cuenta con patrocinio para programas de alto rango, entre los patrocinadores cabe mencionar: Tactical Shop, Suzuki, Honda, Federación de tiro con arco y recurso municipal.

1.2.3. Historia

Dirección de Desarrollo Social

El Concejo Municipal de la Municipalidad de Guatemala, aprobó el 25 de Octubre del Año 2,000 el Acuerdo Municipal 25-2000, que contiene el (Reglamento del Ordenamiento Territorial para la Participación y Organización Comunitaria), en el capítulo 1 y Artículo 3 se aprueba la creación de la Dirección de Desarrollo Social.

Con la aprobación del Reglamento, el territorio del Municipio de Guatemala fue dividido administrativamente en barrios, delegaciones y distritos.

- ❖ Los Barrios: constituyen la unidad primaria de la estructura del municipio, son áreas urbanas cuya población suele tener características socioeconómicas, homogéneas y están representadas por el Comité Único de Barrio, que son organizaciones de vecinos que se han agrupado por afinidad de intereses y necesidades.
- ❖ Las Delegaciones: son sectores del territorio conformados por un conjunto de barrios, con características socioeconómicas y están representadas por el Alguacil.
- ❖ Los Distritos: son sectores del territorio conformados por delegaciones, la coordinación de las acciones dentro de cada distrito está a cargo del Alcalde Auxiliar.
- ❖ Comité Único de Barrio: es la unidad básica del funcionamiento de la estructura. El Comité Único de Barrio, elige a su Junta Directiva. Cada comité hará Planes de Desarrollo con participación de todos los vecinos del barrio. Su representante es el Presidente del Comité.

Oficina de la Juventud de la Dirección de Desarrollo Social

Brigada de Jaguares dio inicio el 9 de noviembre de 2009, esta es una agrupación juvenil, encabezada, por jóvenes emprendedores de la ciudad y dirigida por el Alcalde Álvaro Arzú y la administración de la Municipalidad de Guatemala. La idea primordial del proyecto es agrupar a todos los jóvenes emprendedores, entusiastas,

con aptitudes de liderazgo y positivismo de la ciudad de Guatemala, quienes deberán trabajar en equipo actividades y proyectos en beneficio de la urbe y su población, que van desde la protección del medio ambiente, gestión de riesgos y proyección social, entre otras.

1.2.4. Departamentos o Dependencias

La Dirección de Desarrollo Social, ha logrado desarrollar cinco importante ejes de trabajo:

- ❖ Acción Social
- ❖ Actitud Positiva
- ❖ Formación para el Empleo
- ❖ Renueva Tu Barrio
- ❖ Participación Ciudadana

El eje de Acción Social cuenta con 5 programas de trabajo distribuidos de la siguiente manera:

Muni Educa: promueve y apoya acciones interinstitucionales en aspectos de salud, educación y ciudadanía, con el objetivo de lograr un desarrollo integral a todos los ciudadanos de la metrópoli. A través de la implementación de técnicas de educación en movimiento por medio de furgones que recorren diferentes barrios y colonias de la ciudad. Muni Educa Móvil se integra por: biblioteca, computeca, cineteca y población en riesgo.

Muni Joven: es un espacio por medio del cual se incentivan actividades de capacitación en valores culturales, cívicos y de liderazgo enfocados directamente a jóvenes de las distintas zonas de la ciudad.

Muni Mujer: es la oficina en la cual se implementan acciones y programas para prevenir la violencia hacia la mujer, igualdad de género y los derechos de las mujeres. Al mismo tiempo, busca fortalecer a las mujeres de los distintos barrios y colonias de la ciudad a través de capacitaciones no solo de liderazgo, sino de

convivencia pública y privada, desarrollo comunitario, participación económica y social.

Muni Adulto Mayor: atender y brindar una mejor calidad de vida al adulto mayor, haciéndola participe en lo social, cultural, salud integral y voluntariado. Concientiza al adulto mayor a través de sus charlas sobre la importancia de identificar sus necesidades y la búsqueda de soluciones para sentirse mejor, tanto física como mentalmente.

Gestión de Riesgo: es la encargada de coordinar, planificar, desarrollar y ejecutar acciones para prevenir, mitigar y reducir efectos ocasionados por los desastres naturales a los vecinos de la ciudad capital. Las poblaciones en riesgo, son informadas a través de la; Coordinadora Municipal para la Reducción de Desastres (COMRED), sobre los peligros, desastres y vulnerabilidad que les amenaza, así como capacitarlos en temas de mitigación de desastres.

La Oficina de la Juventud es un conjunto de programas, proyectos y actividades, cuyo propósito fundamental es dotar y proporcionar a los jóvenes de herramientas para la utilización de sus potencialidades, las cuales serán aplicadas para desarrollar una comunidad con mejor calidad de vida, basadas en las necesidades, problemas, e inquietudes de la población juvenil. Estas actividades están asociadas a una preparación y formación para que ellos sean autos gestores de su desarrollo humano.

La Municipalidad de Guatemala consiente que nuestro país y nuestro municipio es población joven y la inversión en la población da como resultado el desarrollo de una sociedad, es necesario prever de herramientas para facilitar los retos del presente y futuro, con altos niveles de competitividad y centrados en el desarrollo de los individuos como principales agentes de cambio en nuestra nación.

La política municipal de la juventud plantea fortalecer el desarrollo del adolescente, de las y los jóvenes dentro de su ambiente socioeconómico, político y cultural; generando un cambio de paradigma focalizado en la autonomía y participación juvenil.

- ❖ **Brigada Jaguares** es un proyecto juvenil municipal, el cual busca formar jóvenes ciudadanos capacitados para ayudarse a sí mismos, a sus familias, a

sus comunidades y aportar al desarrollo sostenible de la ciudad para vivir que todos queremos. La idea primordial del proyecto es agrupar a todos los jóvenes emprendedores, entusiastas, con aptitudes de liderazgo y positivismo de la ciudad de Guatemala, quienes deberán trabajar en equipo actividades y proyectos en beneficio de la urbe y su población, que van desde la protección del medio ambiente, gestión de riesgos y proyección social, entre otras.

Brigada Jaguares se tiene en cuatro ejes principales que son:

❖ Social y Cultural

- Brindar un espacio para que los jóvenes den de su tiempo para apoyar y ayudar a los más necesitados.
- Promover el aspecto cultural en el joven y que este a su vez lo transmita a su comunidad.
- Apoyar actividades Municipales como: cena navideña, empaque de regalos, ayuda a barrios, festivales, visitas a orfanatos y asilos.

❖ Gestión de Riesgo

- Capacitar a los jóvenes en mitigación y reducción de desastres.
- Brindar apoyo en eventos masivos para mantener monitoreo, orden y prevención.
- Conformar brigadas de rescate en las comunidades de los jóvenes.

❖ Medio Ambiente

- Capacitar a los jóvenes en temas de interés ambiental como: reciclaje, reforestación, cambio climático y otros.
- Convertir a los jóvenes en guardianes ecológicos de su comunidad.
- Que tengan jornadas de reforestación y reciclaje en la comunidad donde se mueven.

❖ Deporte

- Promover el deporte a través de actividades como: Munitour X, 21K, 10K, curso de vacaciones y actividades de barrio.

La Brigada Jaguares tiene tres ejes transversales que son: valores, emprendimiento y conoce tu Muni. Los jóvenes capacitados en la Brigada Jaguares prestan servicio de voluntariado para el servicio a la ciudad por ejemplo en eventos masivos como los son conciertos, juegos deportivos, eventos de caridad y otros.

MuniTour X: Es un torneo de deportes de aventura, que tiene por objetivo llevar entretenimiento y recreación sana a los jóvenes, en un ambiente seguro y público.

Es un espacio para que los jóvenes y las familias puedan disfrutar de manera responsable de actividades de moda, que harán que la Municipalidad luzca cercana, actual y moderna.

Entre las actividades deportivas cabe mencionar: pared de escalada, skate, animales exóticos, rally scout, bicicletas bmx, rally jaguar, escuela de motos,

1.2.5. Misión

Capacitar a jóvenes ejemplares al servicio social de la ciudad, proyectándose como líderes de nueva generación y fortalecer sus conocimientos a través de un proyecto permanente donde la Juventud encuentre corrientes de expresión, formación y capacitación en diferentes áreas de su vida.

1.2.6. Visión

Formar jóvenes ciudadanos capacitados para ayudarse a sí mismos, a sus familias y aportar al desarrollo sostenible de la ciudad para vivir.

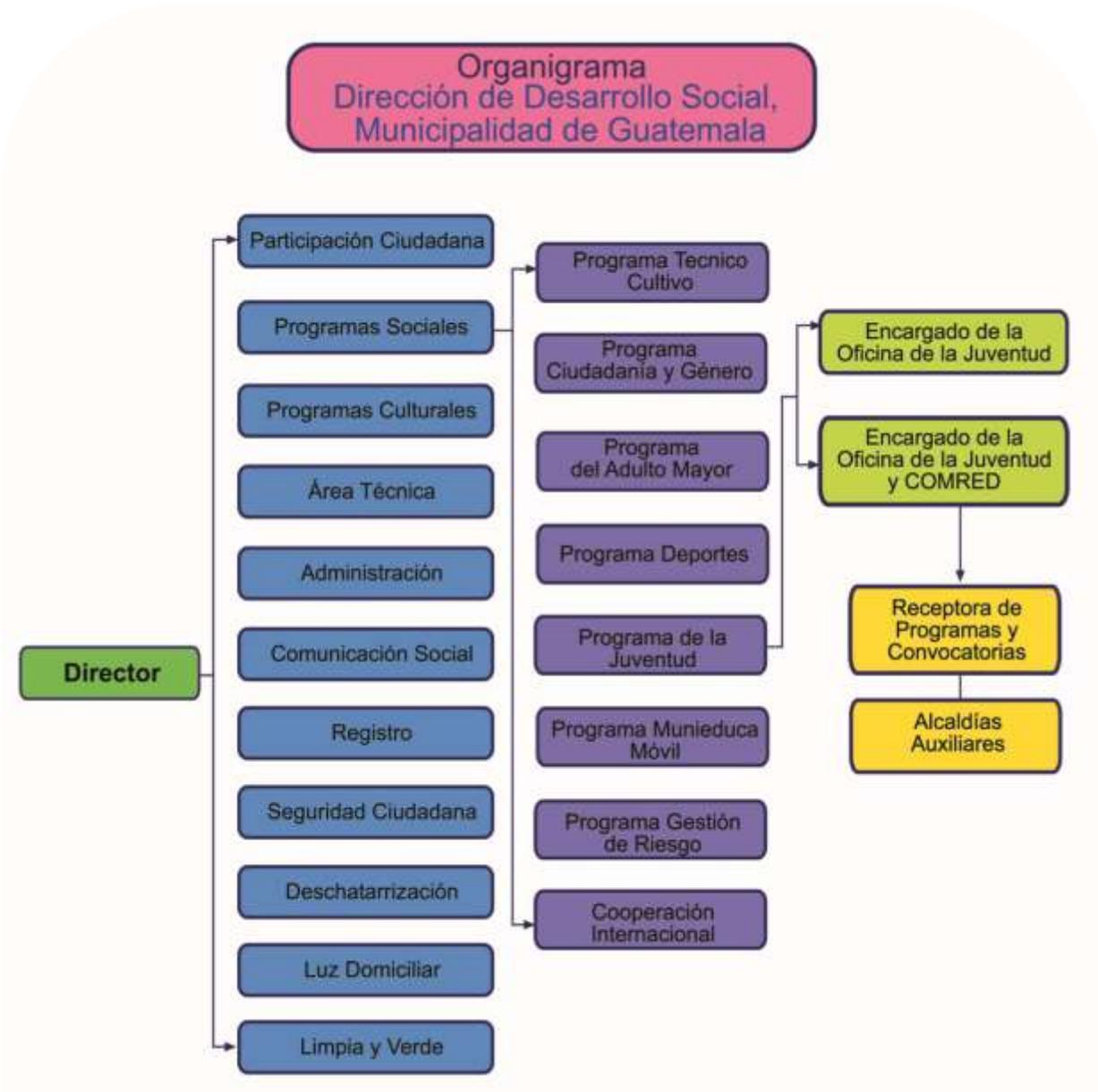
1.2.7. Objetivos Institucionales

- ❖ Capacitar a sus integrantes sobre liderazgo, emprendimiento, gestión de riesgos, medio ambiente, desarrollando actividades culturales, sociales, deportivas, creando así una estructura de voluntariado que este capacitada para ayudar a la ciudad.
- ❖ Dotar y proporcionar a los jóvenes de herramientas para la utilización de sus potencialidades, las cuales serán aplicadas para desarrollar una comunidad con mejor calidad de vida.

1.2.8. Público Objetivo

Jóvenes de 14 a 24 años de edad, que residan en los barrios o colonias de la ciudad de Guatemala.

1.2.9. Organigrama



1.3. METODOLOGÍA

1.3.1. Descripción del Método

Los métodos utilizados en la realización de este diagnóstico buscan la demostración de la verdad. Por ello se utilizó el método científico, haciendo énfasis en una investigación descriptiva para conocer el panorama situacional de la institución.

1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección

Para obtener información y datos del Diagnóstico de Comunicación, se puntualizaron técnicas de recolección Cualitativas como: Observación, Documentación, FODA; y Técnicas Cuantitativas, especificando que se realizaron entrevistas en las Alcaldías Auxiliares que están presentando déficit de presencia de jóvenes en las actividades de la Oficina de la Juventud. Con el fin de obtener datos estadísticos para su comprensión y análisis y así poder priorizar las necesidades de comunicación, que tiene la Oficina de la Juventud de la Dirección de Desarrollo Social.

- ❖ La observación directa: la misma nos permite percibir deliberadamente ciertos rasgos existenciales en la realidad por medio de un esquema conceptual previo y con base en ciertos propósitos definidos generalmente por una conjetura que se quiere investigar, la observación en este caso permite tener el conocimiento de la realidad de la comunidad y el entorno social que es esencial para el desarrollo del mismo como objeto a investigar. Con esta tenemos la libertad de estar en contacto directo con el grupo objetivo y su entorno social para así conocer la realidad y veracidad de las cosas que están enfrentando en el presente y saber cómo presentar una solución a dichas dificultades que estos presenten. Con la observación se logra obtener datos sobre comunicación, comportamientos y las relaciones interpersonales dentro de la Oficina de la Juventud. Así como también se pudo observar el servicio que se brinda a los jóvenes que forman parte de los proyectos que esta lleva a cabo. Por medio de esta se observó la forma de comunicación que se maneja con la población en general.

- ❖ Documentación: Para llevar a cabo la realización del presente diagnóstico, fue necesaria la utilización de diferentes fuentes bibliográficas que se me fueron proporcionadas en la Oficina de la Juventud de la Dirección de Desarrollo Social.
- ❖ Entre estos se encuentra:
 - Revista Dirección de Desarrollo Social
 - Trifoliar Brigada Jaguares
 - Objetivos de la Oficina de la Juventud
 - Presentaciones de power point de los programas de la Oficina de la Juventud
- ❖ Entrevista: estratégicamente esta técnica permite medir el grado de efectividad de lo que se va a investigar y así poder luego hacer los debidos ajustes desde el momento de su iniciación hasta el final. Esta técnica de investigación se aplico con enfoques principalmente cuantitativos con la finalidad de recabar información que sirva para resolver un problema de investigación.

1.3.3. Cronograma del diagnóstico

El Ejercicio Profesional Supervisado se realizó en la Oficina de la Juventud de la Dirección de Desarrollo social, de lunes a viernes en horario de 9:00 a 17:00 Hrs., dando inicio el 04 de Mayo y Finalizando el 24 de Junio fecha en la que completaría las 300 horas correspondientes.

No	Actividad	Fecha
1.	1era visita a la Dirección de Desarrollo Social	1 de febrero
2.	Entrega de carta de solicitud de EPS a la Dirección de Desarrollo Social.	4 de febrero
3.	Entrega de carta de aceptación de la Dirección de Desarrollo Social	11 de febrero
4.	Entrega a la Oficina de EPS de la carta de aceptación	19 de febrero
5.	Inicio de Diagnostico en la Oficina de la Juventud de la Dirección de Desarrollo Social.	25 de febrero
6.	Recopilación de información en las instalaciones de la Oficina de la Juventud, aplicación de instrumento de la observación y entrevista con 2 encargados de la misma.	25 de febrero
7.	Participación en actividad de la Oficina de la Juventud en Parque San Sebastián.	28 de febrero
8.	Entrega de Diagnostico a la Oficina de EPS	2 de marzo
9.	Visita para realización de entrevista a las Alcaldías Auxiliares de Zona 12, 21, 3 y 5	10 de marzo
10.	Visita para realización de entrevistas en las Alcaldías Auxiliares de las zonas 13 y 14.	11 de marzo.

1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

1.4.1. Ficha de Entrevistas



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



Datos de la Institución:
Oficina de la Juventud de la Dirección de Desarrollo Social /Oficina de la Juventud 6ta. Avenida "A" 20-25 de la Zona 1. Teléfono: 2285-8877



Guía de Entrevista. Diagnostico

Cargo:

Fecha de entrevista:

La siguiente entrevista tiene como objetivo primordial, conocer el estado de comunicación externa de la Oficina de la Juventud. Siendo este el punto de partido del diagnostico.

1. ¿Qué argumentos maneja en sus programas la Oficina de la Juventud?
2. ¿A quién va dirigida la comunicación externa de la Oficina de la Juventud?
3. ¿Son funcionales los métodos que se utilizan para comunicar?
4. ¿Considera que la comunicación externa maneja bien el concepto que se quiere dar a conocer de los programas?
5. ¿Causa impacto a los jóvenes el mensaje que se transmite?
6. ¿Cómo promotor, que método utiliza para convocar a los jóvenes?
7. ¿Qué discordes son los más frecuentes, y por los cuales los jóvenes no asisten a las actividades?
8. ¿Los programas cumplen las expectativas de los jóvenes?
9. ¿Se cuenta con una base de datos o fichas de inscripción para respaldo de los jóvenes?
10. ¿Cómo promotor, que opinión brinda para mejorar el método de comunicación a cerca de los programas?

1.4.2. Resultado de las entrevistas

Entrevistado: Sara Polanco

Cargo: Promotora de la Juventud, Alcaldía Auxiliar Zona 21

Fecha: 10 de Marzo de 2015.

Objetivo: Conocer el estado de la comunicación externa de la Oficina de la Juventud

Resultado de la entrevista:

La Alcaldía Auxiliar de Zona 21, delega a la señorita Sara Polanco para la realización de convocatorias para los programas de la Oficina de la Juventud, “quien indica que hace un año aproximadamente que ya no participan en los programas de la Oficina de la Juventud por el déficit que han tenido las convocatorias de la misma, de la cual surgieron inconvenientes que están manchando el nombre de la entidad. Tienen conocimiento de los programas que maneja la Oficina de la Juventud y la forma de darse a conocer, pero no obstante no se cuenta con una base de datos para reinvitar a los jóvenes por lo que sugiere la realización de fichas de inscripción para tener mayor control y participación, así mismo se tiene interés de volver a participar en los programas, pidiendo se les comparta con anterioridad el cronograma de actividades para tomar acciones con tiempo suficiente y se tome medidas para realizar dichos programas en zonas aledañas ya que la distancia en donde se realizan las actividades queda lejos para jóvenes que no tienen como movilizarse”.

Entrevistado: Bryan Flores

Cargo: Promotor de la Juventud, Alcaldía Auxiliar Zona 3

Fecha: 10 de Marzo de 2015.

Objetivo: Conocer el estado de la comunicación externa de la Oficina de la Juventud

Resultado de la entrevista:

La Alcaldía Auxiliar de la Zona 3 delega a Bryan Flores como promotor de la Oficina de la Juventud, quién tiene amplio conocimiento sobre los programas que esta proyecta para los jóvenes, invitando a jóvenes por medio de volanteo de casa en casa en distintas comunidades, siendo difícil por la amplitud del área, teniendo esta zona inconvenientes respecto al transporte o medio de movilización para llegar al

lugar en donde se lleva a cabo el programa. Por otro lado el desinterés de parte de los jóvenes opinando que el programa no es de su total agrado.

“Proponiendo este, un programa más animado, participativo y que se lleve a cabo en lugares afluentes a la zona, para tener mayor participación, así mismo sugiere fichas para inscripción y mayor accesibilidad en horarios tomando en cuenta que hay jóvenes que desean integrarse pero trabajan o estudian plan fin de semana medio día”.

Entrevistado: Oscar Mayorga

Cargo: Promotor de la Juventud, Alcaldía Auxiliar Zona 12

Fecha: 10 de Marzo de 2015.

Objetivo: Conocer el estado de la comunicación externa de la Oficina de la Juventud

Resultado de entrevista:

La Alcaldía Auxiliar de la Zona 12 delega a Oscar Mayorga como uno de los promotores de la Oficina de la Juventud, “quien nos comparte su punto de vista respecto al programa y comunicando que es necesario realizar las actividades en puntos de acceso de la zona 12 ya que muchos jóvenes no cuentan como movilizarse, teniendo estas ocupaciones los fines de semana punto por el que no asisten a los programas de la Oficina de la Juventud, sugiriendo así mismo que se cuente con una ficha de inscripción que respalde a los jóvenes participantes, indicando que las convocatorias se realizan con volantes y afiches pero no tienen la efectividad necesaria, por lo que realizan visitas a colegios y escuelas para tener más participación de parte de los jóvenes”.

Entrevistado: Fredyl Veliz

Cargo: Promotor de la Juventud, Alcaldía Auxiliar Zona 5

Fecha: 10 de Marzo de 2015.

Objetivo: Conocer el estado de la comunicación externa de la Oficina de la Juventud

Resultado de la entrevista:

La Alcaldía Auxiliar de la Zona 5 delega a Fredyl Veliz como promotor de la Oficina de la Juventud, “quien nos comparte su conocimiento a cerca de los programas que

la Oficina de la Juventud maneja y la forma de llevar a cabo las convocatorias para la participación de los jóvenes a dichos programas. Sugiriendo manejar una base de datos y utilización de parques o áreas recreativas aledañas para llevar a cabo las actividades. Esto para mayor seguridad de los jóvenes participantes del programa”.

Entrevistado: Moisés Godínez

Cargo: Promotor de la Juventud, Alcaldía Auxiliar Zona 13

Fecha: 11 de Marzo de 2015.

Objetivo: Conocer el estado de la comunicación externa de la Oficina de la Juventud

Resultado de entrevista:

La Alcaldía Auxiliar de la Zona 13 delega a Moisés Godínez como promotor de la Oficina de la Juventud, “Quién indica que desde mediados del año 2014 no tienen participación con los programas de la Oficina de la Juventud, ya que la ubicación en donde se llevan a cabo los programas no son accesibles para los jóvenes interesados en el mismo, otro punto es que no se cuenta con papelería que avale la asistencia y participación de los jóvenes, no cree conveniente crear tan amplia convocatoria en un lugar tan estrecho y únicamente con dos personas a cargo”.

Entrevistado: Alex Orellana

Cargo: Promotor de la Juventud, Alcaldía Auxiliar Zona 14

Fecha: 11 de Marzo de 2015.

Objetivo: Conocer el estado de la comunicación externa de la Oficina de la Juventud

Resultado de la entrevista:

La Alcaldía Auxiliar de la Zona 14 delega a Alex Orellana como promotor de la Oficina de la Juventud. “Quien nos indica que la participación que tienen en los programas es baja ya que el área en la que se realizan no es la adecuada para la movilización de los jóvenes de dicha zona. Por ello el déficit en la convocatoria al programa, cree necesario contar con fichas de inscripción o papelería que avale a los jóvenes para hacerles sentir formalmente parte del programa”.

1.4.3. Tablas Comparativas entre Entrevistados.

Receptores de la comunicación externa	Medios de comunicación externa
<p data-bbox="211 373 824 1056">Las 6 personas entrevistadas tienen el conocimiento básico a cerca de los programas de la Oficina de la Juventud, así mismo conocen su grupo objetivo y como realizar las convocatorias respectivas anticipadas a los programas establecidos. Teniendo inconveniente con el transporte de los jóvenes que están interesados en participar en los programas, así mismo no teniendo base de datos que le de seguridad y credibilidad al joven participante, falta de cronograma y cambios imprevistos en reuniones.</p> <p data-bbox="211 1129 824 1707">Los promotores de las Alcaldías Auxiliares visitadas están interesados en contar con una ficha de inscripción para solidez y seguridad de la participación de los jóvenes interesados en los programas de la Oficina de la Juventud, contar con un cronograma de actividades, horarios factibles, realización de programas en lugares aledaños o cercanos a las Alcaldías Auxiliares, contar con una identificación para los jóvenes y hacerlos más participativos en las actividades.</p>	<p data-bbox="833 373 1429 1056">Las personas entrevistadas hacen referencia a los afiches y volantes que son proporcionados por los encargados de la Oficina de la Juventud, dichos diseños son de tipo informativo. Estos diseños son realizados en el área de comunicación de la Dirección de Desarrollo Social, en donde no se maneja una iniciativa de comunicación por área. El otro medio a utilizar son las convocatorias por barrio trabajo realizado ya por cada promotor de las Alcaldías Auxiliares siendo estas no tan efectivas.</p>

1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA

<p>1.5.1 Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none">• Promueven el aspecto cultural en los jóvenes.• Convierten a los jóvenes en guardianes ecológicos de su comunidad.• Promueven el deporte a través de diversas actividades entre las cuales cabe mencionar: MunitourX, 21K, 10K, curso de vacaciones y actividades en barrios.• Promueven y capacitan a los jóvenes en temas de interés ambiental como: reciclaje, reforestación y cambio climático.• Hacen de los jóvenes un equipo de voluntariado para el servicio de la ciudad.	<p>1.5.2 Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none">• Que los jóvenes desarrollen habilidades de organización comunitaria.• Patrocinio por medio de empresas privadas.• Acceso libre a espacios públicos en donde se llevan a cabo los programas.
<p>1.5.3 Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none">• Limitación en el presupuesto• Las vías de comunicación que la Oficina de la Juventud utiliza no tiene el alcance necesario para motivar la participación de los jóvenes.• Los medios digitales como página web y redes sociales están desactualizados.• No hay un seguimiento personalizado para los jóvenes, lo cual motive su participación a largo plazo en los programas de la oficina de la juventud.	<p>1.5.4 Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none">• La incidencia de instituciones ajenas hace que los jóvenes tengan otras oportunidades de participación.• La delincuencia y la falta de oportunidades educativas hace que el liderazgo de los jóvenes tenga un enfoque negativo.• El impacto de la tecnología en los jóvenes es desaprovechada ya que la utilizan con fines que denigran su juventud.• Problemas sociales y la desintegración familiar, hace que los jóvenes pierdan su orientación en la sociedad.

CAPÍTULO II

1. PLAN DE COMUNICACIÓN

1.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

Oficina de la Juventud de la Dirección de Desarrollo Social

Brigada de Jaguares dio inicio el 9 de noviembre de 2009, esta es una agrupación juvenil, encabezada, por jóvenes emprendedores de la ciudad y dirigida por el Alcalde Álvaro Arzú y la administración de la Municipalidad de Guatemala. La idea primordial del proyecto es agrupar a todos los jóvenes emprendedores, entusiastas, con aptitudes de liderazgo y positivismo de la ciudad de Guatemala, quienes deberán trabajar en equipo actividades y proyectos en beneficio de la urbe y su población, que van desde la protección del medio ambiente, gestión de riesgos y proyección social, entre otras.

Brigada Jaguares se tiene en cuatro ejes principales que son:

❖ Social y Cultural

- Brindar un espacio para que los jóvenes den de su tiempo para apoyar y ayudar a los más necesitados.
- Promover el aspecto cultural en el joven y que este a su vez lo transmita a su comunidad.
- Apoyar actividades Municipales como: cena navideña, empaque de regalos, ayuda a barrios, festivales, visitas a orfanatos y asilos.

❖ Gestión de Riesgo

- Capacitar a los jóvenes en mitigación y reducción de desastres.
- Brindar apoyo en eventos masivos para mantener monitoreo, orden y prevención.
- Conformar brigadas de rescate en las comunidades de los jóvenes.

❖ Medio Ambiente

- Capacitar a los jóvenes en temas de interés ambiental como: reciclaje, reforestación, cambio climático y otros.
- Convertir a los jóvenes en guardianes ecológicos de su comunidad.

- Que tengan jornadas de reforestación y reciclaje en la comunidad donde se mueven.

- ❖ Deporte

- Promover el deporte a través de actividades como: Munitour X, 21K, 10K, curso de vacaciones y actividades de barrio.

Siendo este un programa que no cuenta con respaldo físico y digital de los participantes de las actividades, tomando esto como inconveniente de comunicación, por el déficit en su control y planificación. Ocasionando problemas en los canales de comunicación que los conectan con su grupo objetivo y crea barreras que afectan la fluidez y validez de la información transmitida. Por ello surge la necesidad de implementar un plan de comunicación que optimice la transmisión de información y el respaldo para la solidez del grupo objetivo.

1.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

1.2.1. Objetivo General

- Optimizar los procesos de planificación para fortalecer la comunicación externa de la Oficina de la Juventud.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Implementar un plan que respalde la participación de los jóvenes a los programas de la Oficina de la Juventud.
- Solidar una base de datos de los participantes para crear confiabilidad.
- Efectuar un medio informativo veraz y actualizado de las actividades de la Oficina de la Juventud.

1.3. PÚBLICO OBJETIVO

Público externo

Aspectos demográficos:

Promotores de las alcaldías auxiliares de las zonas: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 19 y 21 de la ciudad capital, quienes apoyan los programas de la Oficina de la Juventud.

Aspectos psicográficos:

Promotores de las alcaldías auxiliares con experiencia en el ámbito de convocatorias hacia jóvenes emprendedores con espíritu de liderazgo interesados en formar parte de programas de primeros auxilios, medio ambiente y aspectos para mejorar su ciudad.

1.4. MENSAJE

Se plasmaron los siguientes mensajes en orden de impacto para darle beneficio a la Oficina de la Juventud.

- Brigada Jaguares esto es para ti.
- La juventud es la visión hacia el futuro.
- Liderazgo es la clave.

1.5. ESTRATEGIAS

La estrategia de comunicación que se describe a continuación enmarca un plan de comunicación externo:

1.5.1. Estrategia de Planificación y control

En muchas circunstancias de la vida nos enfrentamos a una disyuntiva: buscamos ejercer control sobre la situación o nos vemos arrastrados por las circunstancias que no se controlan. En el primer caso, podemos establecer objetivos y cálculos que ayuden a predecir un futuro cierto; en el segundo caso no se decide nada, sólo nos entregamos a la suerte. En la vida real, nos movemos entre ambas situaciones y el balance define nuestro plan estratégico. La ausencia de un plan es la improvisación y como dice el refrán "cuando no se sabe a dónde ir, cualquier camino es bueno". Pero *"si se quiere llegar a un lugar determinado, debe elegirse el camino óptimo"*. (Cedeño:1988,164)

La planificación nos marca el camino y el control nos aporta información acerca de dónde nos encontramos en cada momento. Es por ello que se eligió la estrategia de planificación y control en la que se envuelve un grupo de acciones que van de la mano para tener orden en el área en donde se detectó el déficit comunicacional. *"En una sociedad en la que todo comunica, no gestionar adecuadamente la comunicación de la empresa supone un riesgo para la organización"*. (Big Galicia, Manuales Prácticos de la Pyme).

1.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

ACCIÓN 1: Formulario de inscripción: Este formulario sera de gran utilidad ya que contendrá datos importantes de los jóvenes decididos a participar en los programas de la Oficina de la Juventud, el cual sera distribuido por los encargados de dicha oficina a cada uno de los promotores de las alcaldías auxiliares que participan y convocan a jóvenes para los programas, Esto facilitara la comunicación tanto jóvenes con promotores, como promotores a Oficina de la Juventud teniendo mayor control de los participantes de los programas, así también suministrando datos que faciliten la comunicación directa con los jóvenes para hacerles llegar invitaciones a las diferentes actividades que se tienen programadas.

ACCIÓN 2: Base de datos: Esta se trabajara al momento de contar con las fichas de inscripción llenas por los jóvenes que ansían participar en los programas de la Oficina de la Juventud, estará a cargo de una de las personas de la oficina. La base de datos estará distribuida por generaciones y contendrá datos primordiales de los participantes, la cual servirá para llevar control de los participantes y tener conocimiento de su participación y faltas a los programas.

ACCIÓN 3: Carnet de identificación: Este carnet será proporcionado por la Oficina de la Juventud después de que el joven llene la ficha de inscripción y haya participado al menos en 2 meses de participación a las actividad de la Oficina de la Juventud estando ya inscrito, el carnet servirá como identificación de confiabilidad para hacer saber que el joven forma parte de los programas de la Oficina de la Juventud, deberá ser portado por el participante siempre que se presente a las actividades a las que sea convocado.

ACCIÓN 4: Programa de actividades: El programa de actividades tendrá como contenido básico los objetivos y antecedentes de la oficina de la Juventud, actividades que se tienen previstas y su respectivo cronograma. Este sera entregado por medio de una reunión convocada por la Oficina de la Juventud a todos los promotores de las alcaldías auxiliares que apoyan y participan en los programas.

CAPÍTULO III

2. INFORME DE EJECUCIÓN

2.1. PROYECTO DESARROLLADO

“ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA DE LA OFICINA DE LA JUVENTUD DE LA DIRECCIÓN DE DESARROLLO SOCIAL”

2.1.1. Financiamiento

El desarrollo de la Estrategia Comunicacional está respaldado por la Oficina de la Juventud de la Dirección de Desarrollo Social de la Municipalidad de Guatemala. El área de Comunicación Social es la entidad responsable de proveer impresiones de fichas de inscripción, folletos informativos y carnet de pvc.

2.1.2. Presupuesto

La Oficina de la Juventud de la Dirección de Desarrollo Social de la Municipalidad de Guatemala, realizó la solicitud de presupuesto al personal correspondiente para la ejecución del plan.

Cantidad	Producto	Descripción	Precio unidad	Precio total
400	Carnet de pvc	Diseño especial con protector y cinta para colgar	Q. 9.00	Q. 3, 600.00
400	Fichas de inscripción	Hojas blancas 80 gramos tamaño carta con impresión a full color	Q. 1.00	Q. 400.00
25	Programas	Pasta suave full color, con 15 páginas de contenido en b/n	Q. 10.00	Q. 250.00
			Total	Q. 4, 250.00

2.1.3. Beneficiarios

- Encargados de la Oficina de la Juventud de la Dirección de Desarrollo Social de la Municipalidad de Guatemala.
- Promotores de las alcaldías auxiliares de las zonas: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 19 y 21 de la ciudad capital.
- Jóvenes participantes.

2.1.4. Recursos humanos

NOMBRE	PUESTO	ACTIVIDAD
Jonathan Del Cid	Jefe Oficina de la Juventud	Encargado de supervisar y observar el proceso de la ejecución del plan de comunicación.
Daniel Domínguez	Auxiliar Oficina de la Juventud	Convocatoria a reuniones para presentación del plan de comunicación a promotores, toma de fotografías a jóvenes participantes de las actividades de la Oficina de la Juventud, incorporación de base de datos y llenado de fichas de inscripción.
Promotores	Promotores de alcaldías auxiliares de las zonas: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 19 y 21.	Asistencia a reuniones y convocatorias a jóvenes.
Karina Contreras	Epesista	Presentación y ejecución del plan de comunicación en su totalidad.

2.1.5. Áreas Geográficas de Acción

La estrategia de comunicación fue ejecutada en las instalaciones de la Dirección de Desarrollo Social de la Municipalidad de Guatemala y en la alcaldía auxiliar de zona 2 la cual fue el punto de reunión para la toma de fotografías que se utilizaron para la elaboración de los carné de identificación de los participantes de los programas, así mismo para la base de datos.

2.2. ESTRATEGIA Y ACCIONES DESARROLLADAS

2.2.1. ESTRATEGIA DE PLANIFICACIÓN Y CONTROL: En muchas circunstancias de la vida nos enfrentamos a una disyuntiva: buscamos ejercer control sobre la situación o nos vemos arrastrados por las circunstancias que no se controlan. En el primer caso, podemos establecer objetivos y cálculos que ayuden a predecir un futuro cierto; en el segundo caso no se decide nada, sólo nos entregamos a la suerte. En la vida real, nos movemos entre ambas situaciones y el balance define nuestro plan estratégico. La ausencia de un plan es la improvisación y como dice el refrán "cuando no se sabe a dónde ir, cualquier camino es bueno". Pero *"si se quiere llegar a un lugar determinado, debe elegirse el camino óptimo"*. (Cedeño:1988,164)

La planificación nos marca el camino y el control nos aporta información acerca de dónde nos encontramos en cada momento. Es por ello que se ejecutó la estrategia de planificación y control en la que se envuelve un grupo de acciones que van de la mano para tener orden en el área en donde se detecto el déficit comunicacional. *"En una sociedad en la que todo comunica, no gestionar adecuadamente la comunicación de la empresa supone un riesgo para la organización"*. (Big Galicia, Manuales Prácticos de la Pyme).

2.2.2. Acciones desarrolladas

Formulario de inscripción: Este formulario es de gran utilidad ya que contiene datos importantes de los jóvenes decididos a participar en los programas de la Oficina de la Juventud, el cual fue distribuido por los encargados de dicha oficina a cada uno de los promotores de las alcaldías auxiliares que participan y convocan a jóvenes para los programas, Esto facilita la comunicación tanto jóvenes con promotores, como promotores a Oficina de la Juventud teniendo mayor control de los participantes de los programas, así también suministrando datos que facilitan la comunicación directa con los jóvenes para hacerles llegar invitaciones de las diferentes actividades que se tienen programadas.

Base de datos: Esta se trabajo en un documento Excel, al momento de recolectar las fichas de inscripción llenas por los jóvenes que participan en los programas de la Oficina de la Juventud, el auxiliar de jefe inmediato con apoyo de la Epesista realizaron el llenado de la base de datos. La base de datos esta distribuida por generaciones y contiene datos primordiales de los participantes, la cual sirve para llevar control de los participantes y tener conocimiento de su participación y faltas a los programas.

Carnet de identificación: Este carnet fue proporcionado por la Oficina de la Juventud después de que el joven llene la ficha de inscripción y haya participado un aproximado de dos meses en los programas de la Oficina de la Juventud estando ya inscrito, el carnet servirá como identificación de confiabilidad para hacer saber que el joven forma parte de los programas de la Oficina de la Juventud, deberá ser portado por el participante siempre que se presente a las actividades a las que sea convocado.

Programa de Actividades: El programa de actividades tiene como contenido básico la misión, visión, los objetivos, los ejes de trabajo, requisitos para ser parte de Brigada Jaguares e información de la oficina de la Juventud, actividades que se tienen previstas y su respectivo cronograma. Este fue entregado por medio de una

reunión convocada por la Oficina de la Juventud a todos los promotores de las alcaldías auxiliares que apoyan y participan en los programas.

2.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CRONOGRAMA EJECUCIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS) – LICENCIATURA

		MAYO, 2015																					
		L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V		
No .	Actividad	4	5	6	7	8	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2		
1	Inicio de Ejecución del Plan de Comunicación																						
2	Implementación del Plan de comunicación a los encargados de la OFICINA DE LA JUVENTUD.																						
3	Implementación de la base de datos																						
4	Reunión con promotores de las Alcaldías auxiliares para la presentación del Plan de comunicación																						
5	Elaboración del programa																						
6	Revisión del programa con encargados de oficina																						
7	Manejo de base de datos																						
8	2da reunión con promotores para conocer avances del plan																						
9	Impresión de fichas de inscripción																						
10	Manejo de base de datos																						
		JUNIO, 2015																					
		L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M
No .	Actividad	1	2	3	4	5	8	9	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	30
1	Impresión de carnet de identificación																						
2	Entrega de carnet a promotores por zona																						
3	manejo de base de datos																						
4	Reunión final con promotores para conocer avances en las actividades																						
5	Finalización de Quinta Etapa Práctica Supervisada. 300 Horas.																						

2.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO

La supervisión del EPS fue realizada por la Licda. Sandra Hernández y Hernández, durante fechas clave dentro de las 300 horas de práctica supervisada dentro de las instalaciones de la Oficina de la Juventud, esta se dio en el mes de junio 2015. Así mismo se cuenta con un check list para la revisión, control y evaluación de la ejecución del plan de comunicación y cada una de las acciones en el descritas.

CHECK LIST EVALUACIÓN DE PROYECTOS			
Check List	Estrategias	Descripción de la estrategia	Objetivos alcanzados
•	Presentación del plan de comunicación a los encargados de la Oficina de la Juventud	Explicación de cada una de las estrategias, sus beneficios, y los favorables resultados que se lograrán obtener.	Aceptación de los encargados de la Oficina de la Juventud
✓	Ficha de inscripción	Las fichas de inscripción son distribuidas por los encargados de la Oficina de la Juventud a los promotores de cada una de las alcaldías auxiliares.	La acción fue aceptada y a beneficiado en gran parte por el orden que se maneja.
✓	Base de datos	La base de datos es manejada por los encargados de la Oficina de la Juventud y la Epesista para llevar control de la	La acción es de total satisfacción por el control que emplea.

		participación de los jóvenes inscritos.	
✓	Carnet de identificación	El carnet de identificación fue distribuido por los encargados de la Oficina de la juventud a los promotores de las alcaldías auxiliares y estos los entregaron a jóvenes que llenaron su formulario de inscripción y que han tenido una participación aproximada de 2 meses en las actividades programadas	Fue de total aceptación y satisfacción por los participantes de los programas de la Oficina de la Juventud
✓	Folleto informativo	Este folleto informativo fue redactado por la Epesista y fue entregado a los encargados de la Oficina de la Juventud para que convocarán una reunión con los promotores de las alcaldías auxiliares; este con el fin de que los promotores cuenten con una base solida de información acerca de lo que se trabaja en Brigada Jaguares, las actividades, los ejes de trabajo, las fechas de programación de actividades y criterios.	Promotores satisfechos por contar con una base solida y confiable de información para brindar un mejor servicio a los interesados.

CONCLUSIONES

En base al proyecto de investigación realizado y para futuras consultas de este material se presentan las siguientes conclusiones.

La Oficina de la Juventud de la Dirección de Desarrollo Social, es una entidad dedicada a las actividades para el fortalecimiento del liderazgo y fomentar la participación de los jóvenes.

Esta entidad se encontró con un déficit en la comunicación externa, la cual no permitía transmitir de manera correcta su misión y visión. Por lo cual se trabajo una estrategia para reforzar ese aspecto.

Por otro lado esta entidad no contaba con una base solida de confiabilidad hacia los participantes, lo cual ocasionaba cierta desconfianza de los encargados de los jóvenes y no permitían su asistencia a ciertos programas, por ello se creó una base de datos que refuerza la confianza y la solidez que debe trabajar toda entidad.

Contar con una planificación y control es la base de toda entidad, esto nos permite ejecutar los planes de forma directa y siguiendo una serie de pasos la cual conlleva seguir el orden que se plantea al principio. Llevar control de estos pasos para que se cumplan al pie de la letra y todo circule de la mejor manera.

Entre planificación esta llevar el orden de la papelería que respalde a los participantes, una ficha de inscripción la cual nos da paso a llevar un orden en una base de datos la cual facilite el manejo de la información dentro de la Oficina de la Juventud y su traslado hacia los promotores interesados en la interacción con jóvenes y programas que se ejecutan.

RECOMENDACIONES

Según el proyecto ejecutado nos da lugar a realizar las siguientes recomendaciones para facilitar el manejo de este proyecto a futuro.

Recordar que la comunicación externa de una entidad es tan necesaria como la interna, ya que todos los mensajes que transmitimos habla de cómo se trabaja internamente y el orden que realmente se maneja.

La comunicación externa de una empresa es el conjunto de actividades generadoras de mensajes dirigidos a crear, mantener o mejorar la relación con los diferentes públicos objetivos de la entidad, así como a proyectar una imagen favorable de la compañía o promover actividades, productos y servicios. Es por ello que no debemos bajar la guardia a la hora de manejar la comunicación externa de la Oficina de la Juventud, siempre se debe seguir con la planificación y el control, no perdiendo de vista la actualización de la base de datos para evitar percances de pérdida de personas en los programas y actividades.

Tomar en cuenta que las actividades están dirigidas a jóvenes y se deben tener los permisos necesarios para hacerlos partícipes de las actividades ya que durante el proceso de capacitación los jóvenes reciben: talleres, seminarios, simulacros de desastres, conocimientos básicos en primeros auxilios, búsqueda y rescate, entre otros. Por ello debe manejarse control en las actividades para obtener respuestas positivas de los interesados.

Trabajar con grupos de número moderado para evitar aglomeraciones y obtener el mejor provecho de las actividades ejecutadas. Y poder manejar de una forma ordenada la base de datos y el registro de los participantes para poder darles a conocer de mejor manera las actividades que se llevan a cabo y como podrán ir creciendo en el conocimiento de las actividades por las que tienen mayor interés.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

- 1. Acciones de comunicación:** Actos o eventos donde prima fundamentalmente la interacción "cara a cara", y la palabra oral.
- 2. Antecedentes comunicacionales:** ¿Cuál es el problema socialmente reconocido? ¿cómo afecta, cual es la dimensión y el seguimiento que hace la institución? ¿por qué se ha creado? , además se debe conocer qué tipo de institución es decir para que se creó la institución.
- 3. Aptitudes:** Refiere a las condiciones psicológicas de una persona que se vinculan con sus capacidades y posibilidades en el ámbito del aprendizaje.
- 4. Aspectos demográficos:** Análisis de las comunidades humanas a partir de la estadística.
- 5. Aspectos psicográficos:** Describe las características y las respuestas de un individuo ante su medio ambiente (agresividad o pasividad, resistencia o apertura al cambio, necesidad de logro, etcétera).
- 6. Barreras de comunicación:** Factores que impiden, limitan o dificultan a las personas el acceso a la información, así como su capacidad de expresarse y comunicarse plenamente.
- 7. Cualitativas:** Se centra en la calidad.
- 8. Cuantitativas:** Está enfocado a las cantidades.
- 9. Diagnostico Comunicacional:** Es un proceso de cambio que se inicia en el reconocimiento de la situación actual de una organización, de los distintos grupos que la conforman, con el objetivo de evaluar la eficacia de los sistemas de comunicación de la empresa o institución.
- 10. Disyuntiva:** Situación en la que hay que elegir entre dos cosas o soluciones diferentes.
- 11. Documentación:** Conjunto de documentos, generalmente oficiales, con que se prueba o acredita algo.
- 12. Entorno social:** Es donde un individuo humano vive con determinadas condiciones de vida, condiciones de trabajo, nivel de ingresos, nivel educativo, está determinado o relacionado a los grupos a los que pertenece.

- 13. Entrevista:** Conversación que un entrevistador mantiene con una persona y que está basada en una serie de preguntas o afirmaciones que plantea el entrevistador y sobre las que la persona entrevistada da su respuesta o su opinión.
- 14. Estrategia:** Serie de acciones muy meditadas, encaminadas hacia un fin determinado.
- 15. Grupo objetivo:** Hace referencia a un consumidor representativo e ideal al cual se dirige una campaña o al comprador al que se aspira a seducir con un producto o un servicio.
- 16. Impacto:** Golpe anímico causado por una noticia sorpresiva o desconcertante y el efecto producido por un acontecimiento en la opinión
- 17. Instrumentos de recolección:** Refiere al proceso y el resultado de recolectar (reunir, recoger o cosechar algo). Un dato, por su parte, una información que permite generar un cierto conocimiento.
- 18. Medios comunicacionales:** Instrumentos utilizados en la sociedad contemporánea para informar y comunicar mensajes en versión textual, sonora, visual o audiovisual.
- 19. Metodología:** Conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica, un estudio o una exposición doctrinal.
- 20. Observación directa:** Es aquella donde se tienen un contacto directo con los elementos o caracteres en los cuales se presenta el fenómeno que se pretende investigar, y los resultados obtenidos se consideran datos estadísticos originales
- 21. Plan comunicacional:** Es una herramienta de gestión compleja, sofisticada y necesariamente costosa para la empresa que decide adoptarla
- 22. Prever:** Preparar o disponer con antelación los medios necesarios para disminuir los efectos negativos de una acción.
- 23. Promotores:** Persona que promueve o promociona profesionalmente la labor de otra.
- 24. Público objetivo:** Designa al destinatario ideal de una determinada campaña, producto o servicio.

- 25. Radiografía de la institución:** Es una metodología de estudio de la situación de una empresa o un proyecto, analizando sus características internas y su situación externa en una matriz cuadrada.
- 26. Receptores:** Es el dispositivo o el individuo que recibe una señal o un mensaje, enviado por un transmisor o un emisor.
- 27. Relaciones interpersonales:** Son asociaciones de largo plazo entre dos o más personas.
- 28. Solidar:** Afirmar o establecer una cosa con razones fundamentales
- 29. Suministrar:** Proporcionar o poner al alcance de una persona o cosa algo que necesita.
- 30. Técnicas:** Es un procedimiento o conjunto de reglas, normas o protocolos que tiene como objetivo obtener un resultado determinado y efectivo.

BIBLIOGRAFÍA

- Gobierno de Navarra, ¿Cómo planificar la comunicación desde una institución pública? Metodología para el diseño de planes de comunicación.
- Crea Business Idea, Plan de comunicación y difusión. (Julio 2009)
- López Viera, Luis: (2003). Comunicación Social. Editorial Félix Varela, La Habana.
- ALAN, C. (2006): Planning, como hacer el planeamiento estratégico de las comunicaciones. Cengage Learning Editores.
- ARROYO MARTÍNEZ, L. (2007): Los cien errores de la comunicación de las organizaciones. ESIC Editorial.
- CARRASCOSA, J. L. (1992): ComunicAcción. Una comunicación eficaz para el éxito en los negocios. Ciencias de la dirección.
- CERVERA. A.L. (2004): Comunicación total. ESIC.
- GARRIDO, F. J. (2004): Comunicación estratégica. Las claves de la comunicación empresarial en el siglo XXI. Gestión 2000.
- GARRIDO, F. J. (2003): Comunicación y estrategia de empresa: alineando recursos. Edit. AICE.
- ONGALLO, C. (2000): Manual de comunicación. Dykinson.
- SALÓ, N. (2005): Aprender a comunicarse en las organizaciones. Paidós.
- VVAA (1999): La comunicación en la empresa. IDE-CESEM.

EGRAFÍA

- Observatorio de la comunicación interna: e Identidad Corporativa: fue creado por Inforpress, la revista Capital Humano y el Instituto de Empresa en el año 2003 con el afán de profundizar en las características de la comunicación interna, como herramienta generadora de transmisión de valores, identidad corporativa, cultura y gestión de marca interna.
www.observatoriocomunicacioninterna.es
- Observatorio de la RSC: es una red que fomenta la participación y cooperación entre organizaciones sociales que, desde diferentes puntos de vista, trabajan en Responsabilidad Social Corporativa.
www.observatoriorsc.org
- Portal de la comunicación: Portal gestionado por del Instituto de la Comunicación de la UAB, ofrece amplia información y documentación especializada en diferentes ámbitos de la comunicación.
<http://www.portalcomunicacion.com>
- Agenda de la comunicación. Directorio y portal para profesionales españoles e iberoamericanos de los medios de comunicación. Recoge un amplio listado de agencias y medios en general. <http://www.agendadelacomunicacion.com>
- Agenda de la comunicación de Galicia. Recoge entre mucha más información una relación de medios de Galicia: agencias de comunicación en general, diarios, prensa, revistas, otras publicaciones, radio, televisión, asociaciones de prensa y otras entidades. Edita la Xunta de Galicia:
<http://guiacomunicacion.xunta.es/node/19>
- BITs PR Comunicación: Red social de los profesionales de la comunicación y el marketing. <http://bitspr.ning.com>

ANEXOS

Transcripción completa de entrevistas.



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



Datos de la Institución:
Oficina de la Juventud de la Dirección de Desarrollo Social /Oficina de la Juventud 6ta. Avenida "A" 20-25 de la Zona 1. Teléfono: 2285-8877



Guía de Entrevista. Diagnostico

Nombre del entrevistado: Sara Polanco

Cargo: Promotora de la Zona 21

Fecha de entrevista: 10 de Marzo de 2015

La siguiente entrevista tiene como objetivo primordial, conocer el estado de comunicación externa de la Oficina de la Juventud. Siendo este el punto de partido del diagnostico.

1. ¿Qué temas trabaja en sus programas la Oficina de la Juventud? Primeros auxilios, medio ambiente y riesgo
2. ¿A quién va dirigida la comunicación externa de la Oficina de la Juventud? A todos los jóvenes que se interesen por el participar en el programa
3. ¿Son funcionales los métodos que se utilizan para comunicar? Los volantes y afiches no lo son del todo pues se debe hacer trabajo duro para lograr convocar a jóvenes visitando barrios, colegios, escuelas y todas las áreas en donde se puedan invitar jóvenes de la zona.
4. ¿Considera que la comunicación externa maneja bien el concepto que se quiere dar a conocer de los programas? Los diseños son demasiado cuadrados, no manejan emotividad para invitar.
5. ¿Causa impacto a los jóvenes el mensaje que se transmite? Por la convocatoria que nosotros realizamos si pues la realizamos emotiva, bueno realizábamos ya que llevamos 1 año de no participar.
6. ¿Cómo promotor, que método utiliza para convocar a los jóvenes? Convocatorias en colegios, escuelas, parques y áreas influenciadas por jóvenes de una manera de invitación y motivación para que se animen.

7. ¿Qué inconvenientes son los más frecuentes, y por los cuales los jóvenes no asisten a las actividades? Por la falta de transporte, lo lejos de los lugares en donde realizan las actividades y que no tienen o cuentan con uniforme que los identifique y se sientan parte del programa.
8. ¿Los programas cumplen las expectativas de los jóvenes? Si son programas bonitos aunque sería bueno que los hicieran más emotivos y participativos, como también es áreas de la zona.
9. ¿Se cuenta con una base de datos o fichas de inscripción para respaldo de los jóvenes? Nosotros si contamos con base de datos pero del primer grupo de jóvenes que tuvimos de ahí ya no se llevo control.
10. ¿Cómo promotor, que opinión brinda para mejorar el método de comunicación a cerca de los programas? Que se realice una forma más emotiva de convocar a los jóvenes, que se les tome datos para invitarlos más adelante, que se les provea al menos una playera que los identifique como parte del programa y que las actividades se realicen en áreas de la zona porque eso de los lugares lejos hace que no participen los jóvenes ya que los padres no les proveen permiso.



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



Datos de la Institución:
Oficina de la Juventud de la Dirección de Desarrollo Social /Oficina de la Juventud 6ta. Avenida "A" 20-25 de la Zona 1. Teléfono: 2285-8877



Guía de Entrevista. Diagnostico

Nombre del entrevistado: Bryan Flores

Cargo: Promotor de la Zona 3

Fecha de entrevista: 10 de Marzo de 2015

La siguiente entrevista tiene como objetivo primordial, conocer el estado de comunicación externa de la Oficina de la Juventud. Siendo este el punto de partido del diagnostico.

1. ¿Qué temas trabaja en sus programas la Oficina de la Juventud? Riesgo, Medio ambiente, primeros auxilios y hace poco algo de deportes extremos.
2. ¿A quién va dirigida la comunicación externa de la Oficina de la Juventud? A jóvenes como de 14 años a 25.
3. ¿Son funcionales los métodos que se utilizan para comunicar? Pues se realiza volanteo de casa en casa y se hacen convocatorias cuando son noches de cine en tu barrio, pero muchos jóvenes no se interesan.
4. ¿Considera que la comunicación externa maneja bien el concepto que se quiere dar a conocer de los programas? Pues solo informan del lugar y hora donde se va hacer la actividad y nada más.
5. ¿Causa impacto a los jóvenes el mensaje que se transmite? A mi humilde opinión no, creo deberían ser mas motivacionales o joviales.
6. ¿Cómo promotor, que método utiliza para convocar a los jóvenes? La volanteada de casa en casa y la invitación mediante las noches de cine en tu barrio.
7. ¿Qué inconvenientes son los más frecuentes, y por los cuales los jóvenes no asisten a las actividades? El transporte, pues por ser jóvenes no se movilizan tan fácilmente, así mismo los papás quieren que se llene algún documento que los respalde.
8. ¿Los programas cumplen las expectativas de los jóvenes? No del todo ya que son muchos jóvenes en tan poco espacio, y no tienen la mejor atención de todas.

9. ¿Se cuenta con una base de datos o fichas de inscripción para respaldo de los jóvenes? No y creo que si es necesario
10. ¿Cómo promotor, que opinión brinda para mejorar el método de comunicación a cerca de los programas? Que sean más motivadores, que les brinden el respaldo de papelería y algo que los identifique que son parte del programa.



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



Datos de la Institución:
Oficina de la Juventud de la Dirección de Desarrollo Social /Oficina de la Juventud 6ta. Avenida "A" 20-25 de la Zona 1. Teléfono: 2285-8877



Guía de Entrevista. Diagnostico

Nombre del entrevistado: Fredyl Veliz

Cargo: Promotor de la Zona 5

Fecha de entrevista: 10 de Marzo de 2015.

La siguiente entrevista tiene como objetivo primordial, conocer el estado de comunicación externa de la Oficina de la Juventud. Siendo este el punto de partido del diagnostico.

1. ¿Qué temas trabaja en sus programas la Oficina de la Juventud? Primeros auxilios, riesgo y medio ambiente.
2. ¿A quién va dirigida la comunicación externa de la Oficina de la Juventud? A todos los jóvenes que esten decididos a participar en los programas que esten entre los 15 y 24 años.
3. ¿Son funcionales los métodos que se utilizan para comunicar? Pues los afiches se mantienen en la alcaldía para los jóvenes que se acerquen pero son solo informativo nada deslumbrante.
4. ¿Considera que la comunicación externa maneja bien el concepto que se quiere dar a conocer de los programas? Deberían ser mas joviales y motivacionales que llamen mas la atención.
5. ¿Causa impacto a los jóvenes el mensaje que se transmite? No del todo, como le vuelvo a repetir debería llamar más la atención.
6. ¿Cómo promotor, que método utiliza para convocar a los jóvenes? Pues se utilizan los afiches en diferentes puntos y convocatorias.
7. ¿Qué inconvenientes son los más frecuentes, y por los cuales los jóvenes no asisten a las actividades? El transporte y la falta de interés al programa.
8. ¿Los programas cumplen las expectativas de los jóvenes? Son programas bonitos, pero deberían mejorar un poco en la organización y los lugares en donde se realizan.

9. ¿Se cuenta con una base de datos o fichas de inscripción para respaldo de los jóvenes? Bases pasadas si, actualmente no.
10. ¿Cómo promotor, que opinión brinda para mejorar el método de comunicación a cerca de los programas? Que sea más llamativo el programa, que sea en lugares dentro de la zona, que lo hagan mas motivacional.



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



Datos de la Institución:
Oficina de la Juventud de la Dirección de Desarrollo Social /Oficina de la Juventud 6ta. Avenida "A" 20-25 de la Zona 1. Teléfono: 2285-8877



Guía de Entrevista. Diagnostico

Nombre del entrevistado: Oscar Mayorga

Cargo: Promotor de la Zona 12

Fecha de entrevista:

La siguiente entrevista tiene como objetivo primordial, conocer el estado de comunicación externa de la Oficina de la Juventud. Siendo este el punto de partida del diagnostico.

1. ¿Qué temas trabaja en sus programas la Oficina de la Juventud? Primeros auxilios, medio ambiente, ahora tienen uno de deportes extremos.
2. ¿A quién va dirigida la comunicación externa de la Oficina de la Juventud? A jóvenes obviamente interesados en participar.
3. ¿Son funcionales los métodos que se utilizan para comunicar? Pues los afiches y volantes deben moverse y por eso se va a colegios para hacer más grande la convocatoria.
4. ¿Considera que la comunicación externa maneja bien el concepto que se quiere dar a conocer de los programas? Son muy secos, rectos debería de manejarse algo mas jovial.
5. ¿Causa impacto a los jóvenes el mensaje que se transmite? No pues crea cierta intriga saber de que trata.
6. ¿Cómo promotor, que método utiliza para convocar a los jóvenes? Visitas a colegios para hacer la invitación para que participen en los programas.
7. ¿Qué inconvenientes son los más frecuentes, y por los cuales los jóvenes no asisten a las actividades? Por lo lejos de los lugares donde se realizan las actividades, no tienen como movilizarse y no se tiene respaldo que les de seguridad.
8. ¿Los programas cumplen las expectativas de los jóvenes? Si son didácticos, creativos, aunque lejos.

9. ¿Se cuenta con una base de datos o fichas de inscripción para respaldo de los jóvenes? No antes si se tenía base de datos, pero ahora no se maneja ya que no se tiene muchas personas participando.
10. ¿Cómo promotor, que opinión brinda para mejorar el método de comunicación a cerca de los programas? Darles respaldo a los jóvenes, algo que los motive y los ayude a sentirse parte del programa.



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



Datos de la Institución:
Oficina de la Juventud de la Dirección de Desarrollo Social /Oficina de la Juventud 6ta. Avenida "A" 20-25 de la Zona 1. Teléfono: 2285-8877



Guía de Entrevista. Diagnostico

Nombre del entrevistado: Moisés Godínez.

Cargo: Promotor de la Zona 13

Fecha de entrevista: 11 de Marzo de 2015.

La siguiente entrevista tiene como objetivo primordial, conocer el estado de comunicación externa de la Oficina de la Juventud. Siendo este el punto de partida del diagnostico.

1. ¿Qué temas trabaja en sus programas la Oficina de la Juventud? Primeros auxilios, riesgo y medio ambiente.
2. ¿A quién va dirigida la comunicación externa de la Oficina de la Juventud? A todos los jóvenes interesados en formar parte del programa
3. ¿Son funcionales los métodos que se utilizan para comunicar? Realizándolo de colegio en colegio si
4. ¿Considera que la comunicación externa maneja bien el concepto que se quiere dar a conocer de los programas? Realmente es muy cuadrada la publicidad que se maneja.
5. ¿Causa impacto a los jóvenes el mensaje que se transmite? Se interesan cuando ven el nombre.
6. ¿Cómo promotor, que método utiliza para convocar a los jóvenes? Convocatoria en colegios
7. ¿Qué inconvenientes son los más frecuentes, y por los cuales los jóvenes no asisten a las actividades? Por la seguridad, pues sus padres no les autorizan salir del perímetro de la zona, el cambio de fechas imprevistas, la falta a las promesas hechas.
8. ¿Los programas cumplen las expectativas de los jóvenes? Realmente se quiere acaparar muchas personas en un lugar reducido y eso causa desinterés.
9. ¿Se cuenta con una base de datos o fichas de inscripción para respaldo de los jóvenes? Se tiene pero de generación pasada.

10. ¿Cómo promotor, que opinión brinda para mejorar el método de comunicación a cerca de los programas? Que realicen las actividades en el área, que cumplan con horarios y cumplan con las promesas que le hacen a los jóvenes.



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



Datos de la Institución:
Oficina de la Juventud de la Dirección de Desarrollo Social /Oficina de la Juventud 6ta. Avenida "A" 20-25 de la Zona 1. Teléfono: 2285-8877



Guía de Entrevista. Diagnostico

Nombre del entrevistado: Alex Orellana

Cargo: Promotor de la Zona 14

Fecha de entrevista: 11 de Marzo de 2015

La siguiente entrevista tiene como objetivo primordial, conocer el estado de comunicación externa de la Oficina de la Juventud. Siendo este el punto de partida del diagnostico.

1. ¿Qué temas trabaja en sus programas la Oficina de la Juventud?
2. ¿A quién va dirigida la comunicación externa de la Oficina de la Juventud?
3. ¿Son funcionales los métodos que se utilizan para comunicar?
4. ¿Considera que la comunicación externa maneja bien el concepto que se quiere dar a conocer de los programas?
5. ¿Causa impacto a los jóvenes el mensaje que se transmite?
6. ¿Cómo promotor, que método utiliza para convocar a los jóvenes?
7. ¿Qué inconvenientes son los más frecuentes, y por los cuales los jóvenes no asisten a las actividades?
8. ¿Los programas cumplen las expectativas de los jóvenes?
9. ¿Se cuenta con una base de datos o fichas de inscripción para respaldo de los jóvenes?
10. ¿Cómo promotor, que opinión brinda para mejorar el método de comunicación a cerca de los programas?

Conclusión de esta entrevista, el programa es interesante pero la forma en que se lleva a cabo hace que los jóvenes pierdan el interés, sería bueno que manejar los programas en cada área mediante un cronograma de actividades.

Fotografías.



Participación el 2 de marzo en actividad realizada en Parque San Sebastián



Entrevista Zona 12
Oscar Mayorga/ Ricardo Morales



Entrevista Zona 5
Fredyl Veliz



Entrevista Zona 3
Bryan Flores



Entrevista Zona 21
Sara Polanco



Entrevista Zona 13
Moisés Godínez



Entrevista Zona 14
Alex Orellana



Reunión con promotores de Alcaldías Auxiliares. Entrega de materiales presentados de el plan.



Impresión de Carnet de Identificación por Lic. Edgar Monzón.



Programa portada y contra portada diseño y editado por Karina Contreras



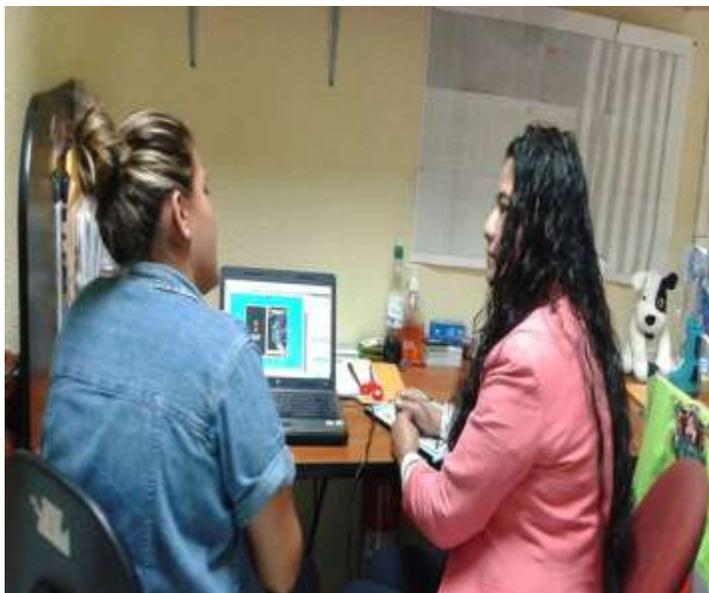
Ficha de inscripción diseñada por Karina Contreras

No. de Registro	Generación	Apellido	Nombre	Apellido	Fecha de Inscripción	Estado	Comentarios
1	6ta
2	6ta
3	6ta
4	6ta
5	6ta
6	6ta
7	6ta
8	6ta
9	6ta
10	6ta

Base de datos trabajada por Auxiliar Daniel Domínguez y Karina Contreras



Supervisión de EPS por Licda. Sandra Hernández (derecha) Jefe Inmediato Lic. Jonathan del Cid (Izquierda)



Supervisión por la Licda. Sandra Hernández.

Brigada JAGUAR en CONTRERAS
 Nombre: _____
 Edad: _____
 Género: M F
 Dirección: _____
 Teléfono: _____
 Correo electrónico: _____
 Servicios que se ofrecen:
 Asesoría Técnica Formación Ciudadana
 Formación Básica Formación Especializada
 Asesoría Jurídica Primeros Auxilios
 Defensa Civil Primeros Auxilios
 Primeros Auxilios Primeros Auxilios
 Primeros Auxilios Primeros Auxilios

Ficha de inscripción

Hecho por Karina Contreras



Folleto Informativo

Hecho por Karina Contreras

Brigada
 esto es para ti

Fotografía: []
 Registro No: []
 Generación No: []
 Nombre: []
 Alcaldía Auxiliar: []

Carnet de identificación

Hecho por Karina Contreras