

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

**ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

**“ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN  
INTERNA EN LA ORGANIZACIÓN CAS – COLECTIVO AMIGOS  
CONTRA EL SIDA, DIRECCIONADO AL PLAN MPOWERMENT”**

**NERI HIZAY GALVEZ DE LEON**

**200811272**

**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**GUATEMALA, NOVIEMBRE DE 2016**

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



“ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN  
INTERNA EN LA ORGANIZACIÓN CAS – COLECTIVO AMIGOS  
CONTRA EL SIDA, DIRECCIONADO AL PLAN MPOWERMENT”

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

**NERI HIZAY GALVEZ DE LEON**

**CARNÉ: 200811272**

Previo a optar el título de:

**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**Guatemala, Noviembre de 2016**

## **Consejo Directivo**

### **Director**

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

### **Representantes Docentes**

Lic. Mario Campos

Lic. Gustavo Morán

### **Representantes Estudiantiles**

Mario Roberto Barrientos Aldana

Anaite del Rosario Machuca Pérez

### **Representante de Egresados**

Lic. Michael González Bártres

### **Secretaria Administrativa**

M.Sc. Claudia Molina

### **Coordinador EPS Licenciatura**

Lic. Luis Pedroza Gaytán

### **Supervisores de EPS Licenciatura**

Licda. Sandra Noemí Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios



COLECTIVO AMIGOS CONTRA EL SIDA  
POR UN ENTORNO FAVORABLE DE LA DIVERSIDAD SEXUAL



Guatemala, 08 de Agosto de 2016

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

Estimado Licenciado Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que el estudiante(a) opositora **NERI HIZAY GALVEZ DE LEON** con número de carné: **200811272** 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 institución específicamente en el **DEPARTAMENTO DE IMPLEMENTACION DE PROYECTOS Y COMUNICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN CAS** cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **02 de mayo al 16 de julio** del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto: **ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA ORGANIZACIÓN CAS – COLECTIVO AMIGOS CONTRA EL SIDA, DIRECCIONADO AL PLAN MPOWERMENT** entregando el material comunicacional respectivo, debidamente recibido por CAS – COLECTIVO AMIGOS CONTRA EL SIDA.

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del opositor(a) y, para los usos y procesos siguientes en el proceso de EPS de Licenciatura, extendemos la presente **CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE SU PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA** en nuestra institución.

*Atentamente,*

Ing. Marco Polo  
Gerente Área de comunicación y administración interna



COLECTIVO AMIGOS CONTRA EL SIDA  
POR UN ENTORNO FAVORABLE DE LA DIVERSIDAD SEXUAL





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

Guatemala 3 de Noviembre de 2015

Estudiante

**Neri Hízay Gálvez de León**

Carné: 200811272

Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

Me complace informarle que he revisado su informe final de EPS de Licenciatura con el título "Estrategias para fortalecer la comunicación interna en la organización CAS – COLECTIVO AMIGOS CONTRA EL SIDA, direccionado al plan MPOWERMENT." El citado trabajo cumple los requisitos de rigor del presente programa por lo cual, emito **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y la impresión de su trabajo final de EPS de Licenciatura en número de 10 ejemplares impresos y 3 CD'S con el documento incluido en formato PDF los cuales deberá entregar a las instancias correspondientes.

Sin otro particular,

"DÉ Y ENSEÑAD A TODOS"

Licda. Sandra Hernández

Supervisora EPS de Licenciatura

Vo.Bo. Lic. Luis Pedraza

Coordinador EPS de Licenciatura



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Fuikín ME.  
Ciudad Universitaria, zona 12  
teléfono: (502) 2418-8520  
telefax: (502) 2418-8510  
[www.comunicacionusac.org](http://www.comunicacionusac.org)

**Para efectos legales, únicamente el autor es responsable del contenido de este trabajo.**

## DEDICATORIAS

- A DIOS:** Por la bendición de tener a mi familia y por darme una madre ejemplar, por darme la Vida, salud y fortaleza en todo momento.
- A mi Madre:** Virginia de Leon, por su entrega y dedicación, por ser padre y madre a la vez, por su ejemplo, por todo su apoyo y amor a lo largo de estos años, por las noches de desvelo, gracias a ti soy el hombre de hoy día, este esfuerzo es totalmente tuyo.
- A mis Hermanas:** Elizabeth Galvez de Leon, Saida Galvez de Leon, por la unión, el apoyo familiar, el consuelo y el amor durante todos estos años, por resistir ante las situaciones difíciles a mi lado y por ser guerrera en la vida.
- A mi Sobrinos:** Adrian Gómez y Jorge Emilio Valiente, por llegar a llenarnos de luz, por ser bendiciones en nuestras vidas, por ser un motivos de fortaleza y amor.
- A Maria Luisa de la Cruz:** Gracias por ser una segunda mama, por todos esos años de apoyo y de amor, gracias por nunca dejar sola a mi mama, que Dios bendiga a sus niñas, Jessica Chávez, Alejandra de la Cruz.
- A mi Familia:** Gracias por estar junto a mí en todo momento.
- A mis amigos:** Por creer en mí, aun cuando yo mismo deje de hacerlo, por todas las horas de esfuerzo y desvelo, por el apoyo en los momentos duros.

## **AGRADECIMIENTOS**

A la **Universidad San Carlos de Guatemala** mi alma Mater.

A la **Escuela de Ciencias de la Comunicación** por la oportunidad de crecer profesionalmente, a los Docentes por compartir sus conocimientos y experiencias.

A Licda. Sandra Nohemí Hernández por su calidad humana, su entrega, dedicación y apoyo en todo momento por compartir sus conocimientos, por creer en mí en los momentos difíciles del proceso, por ser todo un ejemplo a seguir. Mi apreciada Licda. Hernández que Dios derrame bendiciones sobre usted y su familia.

A Lic. Luis Pedroza, por su apoyo en todo momento durante el proceso y por creer en el esfuerzo de los estudiantes, aportando siempre su calidad humana, logrando que pudiéramos cumplir esta meta académica.

A M.S.c. Sergio Morataya Por brindarme la oportunidad de concluir una de muchas metas en el área Profesional y Laboral mi admiración y respeto.



## INDICE

RESUMEN.....	IX
INTRODUCCION .....	X
JUSTIFICACION .....	XI
CAPITULO I .....	1
1. DIAGNOSTICO .....	1
1.1 OBJETIVOS DEL DIAGNOSTICO.....	1
1.1.1 Objetivo General:.....	1
1.1.2 Objetivos Específicos: .....	1
1.2 LA INSTITUCION CAS – COLECTIVO AMIGOS CONTRA EL SIDA.....	1
1.2.1 Ubicación Geográfica .....	1
1.2.2 Antecedentes e Historia .....	2
1.2.3 Departamento o Dependencias.....	5
1.2.4 Visión .....	6
1.2.5 Misión .....	6
1.2.6 Objetivos Institucionales.....	6
1.2.7 Publico Objetivo.....	7
1.2.8 Organigrama .....	8
1.3 METODOLOGIA .....	9
1.3.1 Descripción del Método.....	9
1.3.2 Técnicas e Instrumentos de Recolección .....	10
1.2.3 Cronograma del Diagnostico .....	11
1.4 RECOPIACION DE DATOS .....	12
1.4.2 Resultado de las Entrevistas .....	13
1.4.3 Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas	15
1.5 RADIOGRAFIA DE LA INSTITUCION FODA .....	20
1.5.1 Fortalezas.....	20
1.5.2 Oportunidades .....	21
1.5.3 Debilidades .....	21
1.5.4 Amenazas .....	21
CAPITULO II .....	22
2. PLAN DE COMUNICACIÓN:.....	22
2.1 ANTECEDENTES COMUNICACIONALES.....	22
2.2 OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN .....	23
2.2.1 Objetivo General .....	23
2.2.2 Objetivos Específicos .....	23

2.3	<b>PUBLICO OBJETIVO</b>	24
2.4	<b>MENSAJE</b>	25
2.5	<b>ESTRATEGIAS</b>	25
2.6	<b>ACCIONES DE COMUNICACIÓN</b>	26
<b>CAPITULO III</b>		31
3.	<b>INFORME DE EJECUCION</b>	31
3.1	<b>PROYECTO DESARROLLADO</b>	31
3.1.1	Financiamiento	31
3.1.2	Presupuesto	32
3.1.3	Beneficiarios	32
3.1.4	Recurso Humano	33
3.1.5	Áreas Geográficas de Acción	33
3.2	<b>ESTRATEGIA Y ACCIONES DESARROLLADAS</b>	33
2.1.4	Imágenes o Fotografías:	35
3.2	<b>CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES</b>	40
3.4	<b>CONTROL Y SEGUIMIENTO (EVALUACION)</b>	41
<b>CONCLUSIONES</b>		42
<b>RECOMENDACIONES</b>		43
<b>BIBLIOGRAFIA</b>		44
<b>GLOSARIO</b>		45
<b>ANEXOS</b>		47

## RESUMEN

UNIVERSIDAD	Universidad de San Carlos de Guatemala
UNIDAD ACADEMICA	Escuela de Ciencias de la Comunicación
AUTOR	Neri Hizay Gálvez de León
TITULO	Estrategias para fortalecer la comunicación interna en la organización CAS – Colectivo Amigos Contra el Sida, Direccionado al plan Mpowerment
PROBLEMA INVESTIGADO	Problema Comunicacional
INSTUMENTOS UTILIZADOS	Entrevista, Encuestas, Observación Directa, recolección de información
RESULTADO Y CONCLUSIONES	Queda evidenciado que la falta de canales de comunicación efectiva dentro de la organización CAS afecta el desempeño de las actividades de los colaboradores y no se consiguen los resultados esperados, se evidencia además que existe recurso humano calificado dentro de los colaboradores de la organización

## INTRODUCCION

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 ECC.

A continuación se presenta el informe del trabajo de investigación, análisis e implementación realizado durante el EPS a la organización CAS Colectivo de Amigos contra el Sida, direccionado al programa MPOWERMENT.

Se utilizaron herramientas de comunicación previamente evaluadas por la administración de la organización para detectar el problema comunicacional. Como resultados del diagnóstico se detectó en la institución, que es necesario desarrollar planes y acciones de comunicación interna, reforzar los canales de comunicación para mantener la coordinación entre los distintos departamentos que integran la organización, esto generara resultados efectivos a la hora de realizar la ejecución de las actividades.

En respuesta a la investigación y el diagnóstico de la organización se plantea la implementación y fortalecimiento interno de canales puntuales de comunicación a través de una estrategia que responda a las necesidades de la organización, que incluyen desde reuniones en equipo, mailing interno, retroalimentación y actividades varias, esto impactara directamente en su clima organizacional y lograra resultados efectivos.

## JUSTIFICACION

Como profesional de la ECC USAC considero de suma importancia aplicar los conocimientos adquiridos en nuestra casa de estudio en beneficio de entidades no lucrativas que apoyen a la sociedad guatemalteca, cubriendo las necesidades de comunicación, información e implementación entre las distintas áreas que integran la organización y que diariamente interactúan entre sí.

El proyecto de EPS se trabajó en un periodo de 300 horas efectivas, ejecutando una estrategia de comunicación interna que contribuye de manera positiva a la organización CAS, Colectivo Amigos contra el Sida, con lo cual se fortalecieron los procesos internos y se implementaron instrumentos de comunicación que apoyaran las diversas actividades de la organización.

La organización CAS, fue fundada con el fin de informar y prevenir a la población guatemalteca acerca de las enfermedades de transmisión sexual educando en cuanto a sexualidad y dotando a las generaciones actuales con información que pueda ayudar a disminuir los índices de personas portadoras de las diversas ITS, el éxito de la organización en cuanto a ejecución de sus procesos no influirá únicamente en su público objetivo, sino que también en la sociedad guatemalteca en general.

## **CAPITULO I**

### **1. DIAGNOSTICO**

#### **1.1 OBJETIVOS DEL DIAGNOSTICO**

##### **1.1.1 Objetivo General:**

Realizar una investigación que permita conocer el manejo de la comunicación interna dentro del programa Mporwerment implementado por la ONG CAS-COLECTIVO AMIGOS CONTRA EL SIDA.

##### **1.1.2 Objetivos Específicos:**

- Establecer los problemas comunicacionales que actualmente tienen los integrantes del equipo de la ONG CAS.
- Identificar los canales de comunicación internos utilizados por el personal de la ONG CAS.
- Determinar la forma en la cual se administra y maneja la información dentro de la ONG CAS, los recursos destinados a la comunicación.

#### **1.2 LA INSTITUCION CAS – COLECTIVO AMIGOS CONTRA EL SIDA**

##### **1.2.1 Ubicación Geográfica**

La organización actualmente se encuentra ubicada en: 11 calle 0-48 zona 10, edificio DIAMOND oficina 1201 ciudad capital de Guatemala. Instalaciones sede Quetzaltenango, 4 Calle 15-00 zona 1.

## 1.2.2 Antecedentes e Historia

El proyecto Mpowerment de la organización CAS es un modelo de programa de prevención de VIH que ha sido diseñado específicamente para tratar las necesidades de los hombres jóvenes gay/bisexuales. Como lo demuestra este proyecto, la prevención de VIH para hombres gay/bisexuales debe ser continua, con financiamiento adecuado, dinámica y cambiante para poder captar la atención de hombres jóvenes.

Asimismo, se sabe que los hombres que reportan haber tenido sexo sin protección están más expuestos a tenerlo nuevamente. Por esta razón, el escuchar un mensaje de prevención de VIH solamente una vez no es suficiente.

Para tener un mayor impacto, los programas de prevención de VIH deben intervenir en un punto inicial de la iniciación sexual de los jóvenes y continuar reforzando el sexo seguro.

También se ha demostrado, por medio de una revisión independiente, que este modelo, en comparación con otros enfoques de prevención del VIH (que incluyen consejería y prueba del VIH) es el enfoque más adecuado en relación con costo y efectividad.

El proyecto cuenta con principios rectores que sirven como la base para los programas de prevención de VIH. Estos principios se describen y son utilizados para guiar todos los elementos claves del modelo, los cuales se analizan en esta sistematización en relación con el pilotaje del modelo que se llevó a cabo.

Los principios informan de todos los aspectos del proyecto. Por diversas razones, sin embargo, es necesario adaptar el proyecto Mpowerment. Algunas veces necesita adaptarse para ser más efectivo con una población diferente para la que fue diseñado originalmente, tal como diferentes grupos raciales/étnicos o para adolescentes, jóvenes o adultos, o debido a que el ente financiero tiene menos financiamiento.

La comprensión de los principios ayuda a las instituciones a visualizar cómo adaptar la intervención mientras que se retiene la fidelidad del modelo original.

Algunos de estos principios son:

- Una intervención exitosa de prevención para jóvenes gay/bisexuales necesita estar ligada con la reducción del riesgo de VIH y la satisfacción de otras necesidades, como desarrollo de amistades, diversión y subir la autoestima.
- El enfoque social es el tema central del proyecto.
- La influencia de los compañeros es fuerte entre hombres gay/bisexuales.
- Construir una comunidad saludable entre hombres gay/bisexuales.
- El empoderamiento promueve cambios más duraderos en el comportamiento.
- Comunidad-El cambio grande ocurre a través de redes interpersonales.

Fomentar el orgullo: los mensajes gay-positivos, positivismo étnico/racial, y positivismo en el sexo promueven un cambio de comportamiento.

En Guatemala, dicho modelo fue puesto en práctica por la organización Colectivo Amigos contra el Sida (CAS) en un proceso de pilotaje que duró de julio a diciembre de 2013, con el apoyo del Fondo de Población de Naciones Unidas (UNFPA).

El CAS es una institución de base comunitaria de grupos gay, bisexuales y trans; mostró interés por aplicar modelos efectivos para la prevención de ITS y VIH basados en evidencia científica, como Mpowerment.

Este modelo ha surgido fundamentado en las debilidades y poca efectividad de la estrategia IEC/CC en el país. El CAS otorga una especial importancia al desarrollo de la comunidad y al empoderamiento de los jóvenes en el ejercicio de sus derechos sexuales y reproductivos, así como al liderazgo juvenil y a la educación entre pares.



## **Estructura y metodología de Mpowerment, principales adaptaciones**

El modelo tuvo algunos cambios para adaptarse al contexto guatemalteco. Este modelo ha sido ampliamente probado en Estados Unidos, y el pilotaje ha derivado en algunas adaptaciones necesarias para la realidad que enfrentan los jóvenes gay o bisexuales en Guatemala.

Grupos centrales y voluntarios. El modelo original se ha desarrollado en Estados Unidos, un país que, en términos generales, tiene menores grados de discriminación y estigmatización hacia las personas gay, en donde estas personas pueden encontrar opciones de trabajo que les permiten satisfacer sus necesidades básicas, e incluso legislación que les apoya.

Guatemala, debido a la cultura tan conservadora que prevalece, presenta mayor grado de discriminación y estigmatización hacia las personas de la diversidad sexual, especialmente hacia las personas con una opción sexual distinta.

Esto hace que las personas que asumen públicamente su orientación sexual o identidad de género no encuentren las mismas oportunidades que el resto de población. Esto incide en su situación socioeconómica lo cual también se vincula al tema de voluntariado. El voluntario debe contar con tiempo libre para brindar sus servicios y con los recursos económicos para realizarlo.

Durante el pilotaje, fue evidente que no era tan fácil ubicar a 10 o 20 voluntarios, además de los propios jóvenes que participaban en los Grupo H, para realizar la planificación, actividades y desarrollo del proyecto. Este grupo central o de voluntarios, fue sustituido por los propios coordinadores y por personal del CAS.

Hubo cuatro jóvenes que destacaron por brindar un mayor apoyo en la logística de las actividades. También se dio el caso de jóvenes gay o bisexuales que “no

han salido del clóset”, esto ha influido en que no pudieran participar de manera más abierta como voluntarios, y que incluso, condicionaran su participación en los Grupos H, a mantener su identidad protegida sobre su orientación sexual ante las actividades que se desarrollaban.

En el tema del voluntariado, no se contó con tanta gente, al inicio del proyecto, para nutrir tanto los grupos H como el grupo central y los voluntarios.

Las ciudades estadounidenses cuentan con millones de personas; la ciudad de Guatemala y alrededores tiene un número más limitado de personas, y este pilotaje se centraba, como zona geográfica, en el Centro Histórico. La mayoría de jóvenes provenían de zonas periféricas de la ciudad de Guatemala y el acceso al transporte para trasladarse al Centro Comunitario CAS se les dificultaba, lo cual afectó la estabilidad del proceso.

El voluntariado podría desarrollarse si hubiera fondos destinados a apoyar ese voluntariado en el tema de transporte y alimentación, debido al contexto guatemalteco y a la situación socioeconómica de la población. Los fondos no se destinarían propiamente a actividades, porque dejaría de ser voluntariado, pero sí serían necesarios para que la persona contara con algunos recursos para movilizarse y para alimentarse mientras brinda sus servicios de apoyo como voluntario.

### **1.2.3 Departamento o Dependencias**

1. Dirección General
2. Asistente de dirección general
3. Depto. Autogestión humana / capacitadores
4. Depto. Finanzas
5. Depto. De implementación de proyectos
6. Coordinación de Voluntariado y ayuda externa

#### **1.2.4 Visión**

Desarrollar acciones de beneficio para las poblaciones más vulnerable a la epidemia del VIH / VIH avanzado; entre ellas Trans, Gay, Bisexuales y Hombres que tienen sexo con hombres, Visibilizando los diferentes esfuerzos de la comunidad LGTB por una sociedad justa y sensibilizada. Ofreciendo espacios libres de estigma y discriminación

#### **1.2.5 Misión**

Trabajamos en la prevención de VIH / VIH Avanzado e –ITS- infecciones de transmisión sexual en grupos vulnerables a la epidemia. Asegurando simultáneamente los derechos humanos básicos de aquellas poblaciones que han sido y son las más afectadas por la epidemia, realizar acciones que ayuden a erradicar el estigma y discriminación para la comunidad LGTB y defender permanentemente cualquier abuso a los derechos humanos de la diversidad Sexual.

#### **1.2.6 Objetivos Institucionales**

- Crear un entorno Favorable para la diversidad sexual previniendo el VIH en poblaciones clave mediante la implementación y ejecución del proyecto MPOWERMENT fundamentado en la de reflexión, acción, reflexión.
- realizarse la prueba de VIH y mantener relaciones sexuales seguras, como parte de un proceso de prevención, producto de la participación en el programa MPOWERMENT.
- Construir una comunidad para la prevención de VIH con respeto hacia los demás desarrollando una hermandad, con valores como la unión, la confianza, el respeto y la tolerancia.

### **1.2.7 Publico Objetivo**

Personal administrativo (coordinadores, facilitadores, evaluadores) direccionado al programa Mmpowerment de la organización CAS- Colectivo Amigos contra el Sida que integran el equipo de trabajo, a continuación se detallan los datos relevantes:

#### **Demográficos:**

Edad: Hombres de 18 a 35 años

Sexo: Masculino

Orientación Sexual: Gay, Bisexuales.

Nivel Socioeconómico: medio / medio-alto

Segmento: B, C, C-

#### **Psicograficos:**

Estilo de vida: personales sociales y preparación académica

Personalidad: Son divertidos, espontáneos y auténticos, lideres naturales con don de mando.

Valores: fundamentados en la ética, respeto y tolerancia.

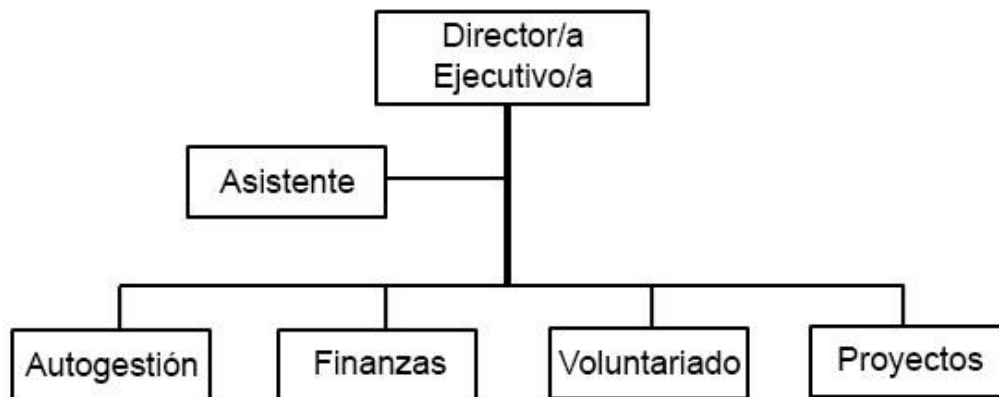
Creencias: Indiferente.

Intereses: deportes, vida social, interacción, desarrollo personal.

Se define el público objetivo con características específicas recolectadas en el proceso de diagnóstico, con la ayuda de la alta gerencia de la organización, y los perfiles de los puestos para tener puntos de referencia válidos y concretos.

## 1.2.8 Organigrama

Figura 1



De acuerdo a la información recolectada dentro de la organización se establece la estructura funcional de la figura 1, en el primer nivel se encuentra el departamento de Autogestión conformado por los coordinadores de cada proyecto y de las actividades internas, el departamento de finanzas, encargados de los temas económicos, destinar fondos y establecer parámetros legales, el departamento de voluntariado que recibe a todo tipo de personas que deseen colaborar y aportar a la institución.

Departamento de proyectos a cargo de definir todos los temas de los proyectos a ejecutar, en el siguiente nivel se encuentra el asistente de dirección quien centraliza los seguimientos de la organización y finalmente en el nivel principal se encuentra el Director general quien es el encargo de gerenciar la organización.

Median consulta al manual de descriptor de puestos se establece la relación de cada uno de los departamentos, el manual fue proporcionado por la dirección de la organización CAS.

## **1.3 METODOLOGIA**

### **1.3.1 Descripción del Método**

En la elaboración del diagnóstico institucional se utilizó la técnica de observación directa para la recolección de la información, también se realizó dentro de la observación un sondeo para detectar los puntos críticos y de mejora del proceso, se realizó también encuestas a las 15 personas que integran el programa Mpowerment.

Se utilizó este método para recoger el tipo de información que abarque la totalidad de las preguntas a las que intentamos dar respuesta, de igual forma para detectar los problemas reales con los cuales cuenta la organización, también permitió detectar con mayor claridad las áreas de oportunidad de la organización, identificando los problemas comunicacionales con los cuales cuenta la institución.

Con el método utilizado se logró establecer:

- una definición viable de las preguntas a realizar en la encuesta.
- Aportó sugerencias formales.

Todo eso se realizó con exactitud y rigurosidad. Con lo cual se terminó beneficiando de manera rápida y efectiva la construcción los cuestionarios piloto y definitivo.

### **1.3.2 Técnicas e Instrumentos de Recolección**

#### **Encuestas**

Se realizó encuestas a las 15 personas que integran el programa Mpowerment y los directivos de la organización, haciendo un comparativo de los resultados obtenidos se demuestra la necesidad de mejorar la comunicación interna.

Se detectó que debido a que las malas prácticas realizadas actualmente duplican las actividades y los procesos, se pierde efectividad y no se logran los resultados esperados.

#### **Observación**

En la elaboración del diagnóstico institucional se utilizó la técnica de observación directa, a través de la cual se detectó la Falta de un programa de comunicación funcional que puedan utilizar los coordinadores para realizar la convocatoria al programa MPOWERMENT (prevención de VIH e ITS) y lograr la asistencia esperada del público meta a las intervenciones y talleres de información.

Esto se detectó debió a al consultar a los coordinadores indicaron que no manejaban un proceso estandarizado de comunicación y cada uno ejecutaba según creía conveniente para realizar la convocatoria.

### 1.2.3 Cronograma del Diagnostico

<b>FECHA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>
16 AL 31 de Enero	Recolección de información dentro de la organización CAS
25 al 31 de Enero	Proceso de observación, dentro de los equipos de trabajo y la organización
23 al 31 de Enero	Diseño y Revisión de Encuestas
30 de enero al 01 de Febrero	Entrevista y Encuestas al personal interno de CAS
5 al 15 de Febrero	Tabulación de Encuestas
15 de Febrero al 29 de Febrero	Realización de Diagnostico con la información recolectada
29 de febrero	Entrega Diagnostico
1 al 30 de Marzo	Realización Fase 2 EPS, desarrollo y definición de procesos
15 Marzo al 10 de Abril	diseño de Estrategia a utilizar
30 de Marzo al 15 de Abril	Implementación de estrategia Piloto
5 al 10 de Abril	Entrega Fase 2
20 de abril al 05 de Mayo	Implementación de estrategia Piloto con los indicadores respectivo
5 al 25 de Mayo	Evaluación y Medición



## 1.4 RECOPIACION DE DATOS

### 1.4.1 Ficha de las Entrevistas



UNIVERSIDAD SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Proyecto de EPS

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación



Cuestionario de encuesta para diagnóstico de comunicación interna en la ONG – CAS Colectivo Amigos Contra el Sida dirigido al programa Mpowerment.

**Instrucciones: Marque con una X la que considera la respuesta adecuada o bien responda lo que se le solicite.**

**Genero:**

Masculino

Femenino

1.- ¿Cuentan con un plan de comunicación interna estructura en la organización?

SI

NO

2.- ¿Qué medios utiliza para dar a conocer el programa Mpowerment?

---

3.- ¿Ha utilizado la página oficial de Facebook de la organización para dar a conocer el programa Mpowerment?

SI

NO

4.- ¿A través de que otro medio le gustaría dar a conocer el programa Mpowerment?

---

5.- ¿Existe un programa de comunicación para ejecutar los procesos?

SI

NO

6.- ¿Existe un programa estructurado de comunicación para retroalimentación en base a ejecución?

SI

NO

7.- ¿Cree usted que el proceso que se ejecuta actualmente para realizar la convocatoria al programa es efectivo?

SI

NO

8.- ¿Conoce usted todos los procesos que se realizan en la organización?

SI

NO

9.- ¿Según su opinión cree que es posible mejorar la comunicación interna?

SI

NO

#### 1.4.2 Resultado de las Entrevistas

A continuación se detallan los resultados de la encuesta realizada a los miembros de la organización CAS- Colectivo Amigos contra el Sida.

1.- A la pregunta ¿en la organización cuentan con un plan de comunicación interna estructura?, el 100% de los encuestados indico que no cuentan con un programa de comunicación estructurado, ni tampoco tiene herramientas que les permitan tener comunicación efectiva, con lo cual se evidencia la necesidad de la comunicación.

2.- A la pregunta ¿Qué medios utiliza usted de manera personal para dar a conocer el programa Mpowerment? El 73% utiliza el Facebook personal para dar a conocer el programa y realizar la invitación al mismo de manera generalizada el 20% indico que realizan la convocatoria por medio de mensajes de texto y conversaciones directas, el 7% restante indico que utiliza referidos, todos ejecutan una estrategia diferente lo cual afecta el impacto de convocatoria, al no tener un proceso definido no se consigue la asistencia deseada al programa de parte del público meta.

3.- A la pregunta ¿Ha utilizado la página oficial de Facebook de la organización para dar a conocer el programa Mpowerment? El 87 % indico que en la página oficial se postea la información y la invitación, el 13% indico que no visitan la página, más sin embargo no se tiene retroalimentación.

4.- A la pregunta ¿A través de que otro medio le gustaría dar a conocer el programa Mpowerment? El 53% indico que les gustaría usar twitter, 40 % indico que usaría whatsapp y el 7% restante indico que Instagram, que son las redes sociales más utilizadas.

5.- A la pregunta ¿Existe un programa de comunicación para ejecutar los procesos?, el 100% respondió que no existe un programa como tal, en las inducciones y capacitación de nuevo ingreso no han tocado este tema de comunicación.

6.- A la pregunta ¿Existe un programa estructurado de comunicación para retroalimentación en base a ejecución? El 100% respondió que no, deben de entregar retroalimentación de los procesos y actividades que realizan pero cada quien lo efectúa según lo cree conveniente.

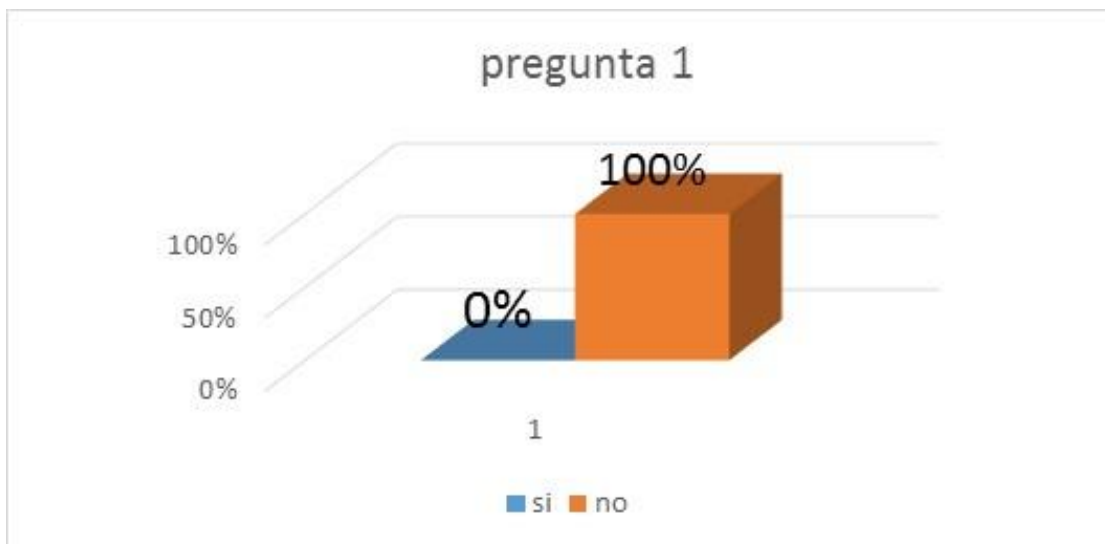
7.- A la pregunta ¿Cree usted que el proceso que se ejecuta actualmente para realizar la convocatoria al programa es efectivo? El 100% de los encuestados indicó que no es efectivo debido a que se presentan muy pocas personas a la convocatoria del programa, incluso ha tenido que cambiar la manera de ejecutarlo por la poca afluencia de gente.

8.- A la pregunta ¿Conoce usted todos los procesos que se realizan en la organización? El 33% de los encuestados confirmó que si conoce todo los procesos a fondo de la organización, el 67 % restante indica no tener toda la información, esto nos lleva a detectar la necesidad de estar comunicados dentro de cada departamento.

9.- A la pregunta ¿Según su opinión cree que es posible mejorar la comunicación interna? El 100% de la población encuestada indicó que si es posible y se evidencia la disposición de colaborar para llevar a cabo la implementación.

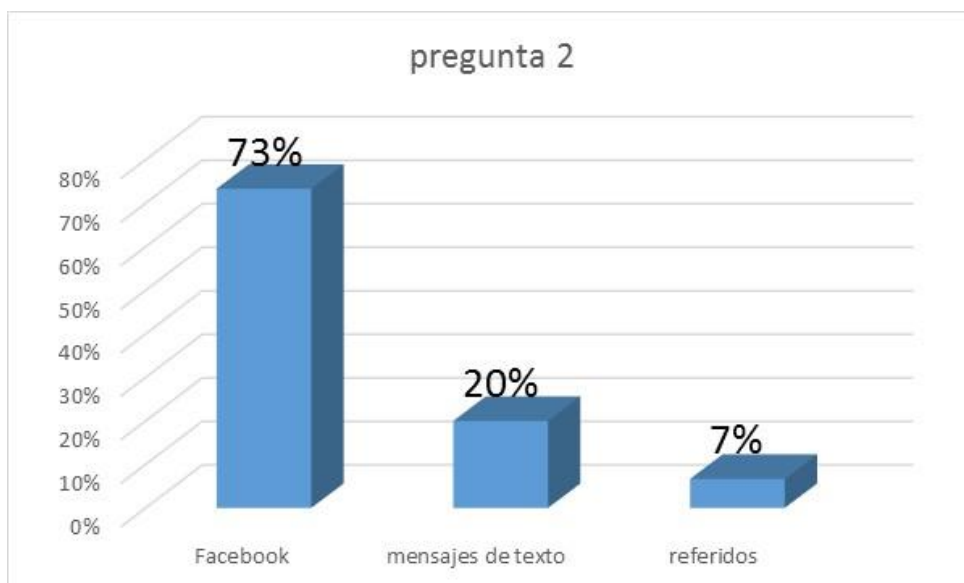
### 1.4.3 Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas

1.- ¿Cuentan con un plan de comunicación interna estructura en la organización?



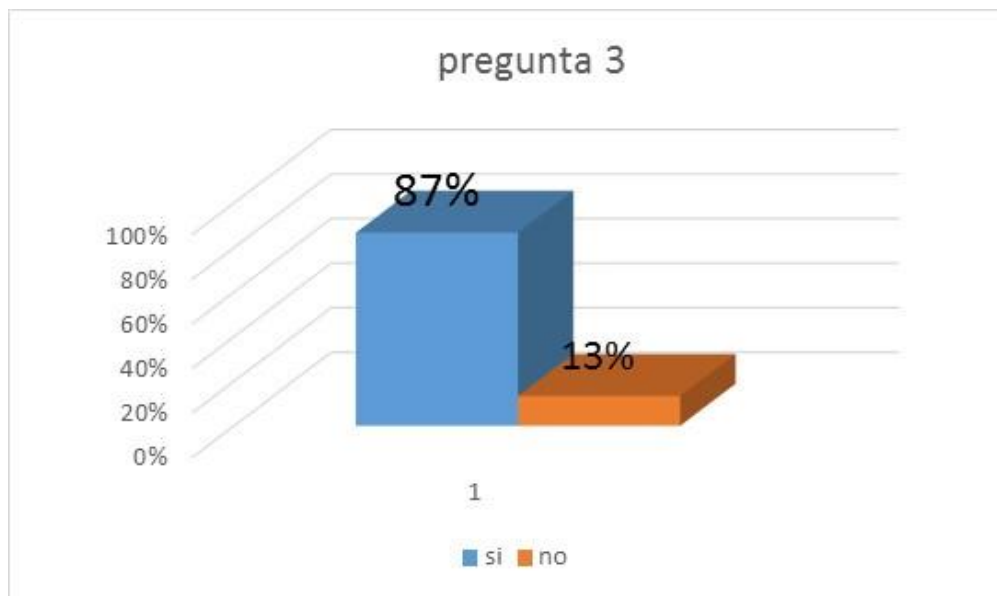
Fuente: Neri Gálvez 2016

2.- ¿Qué medios utiliza usted de manera personal para dar a conocer el programa Mpowerment?



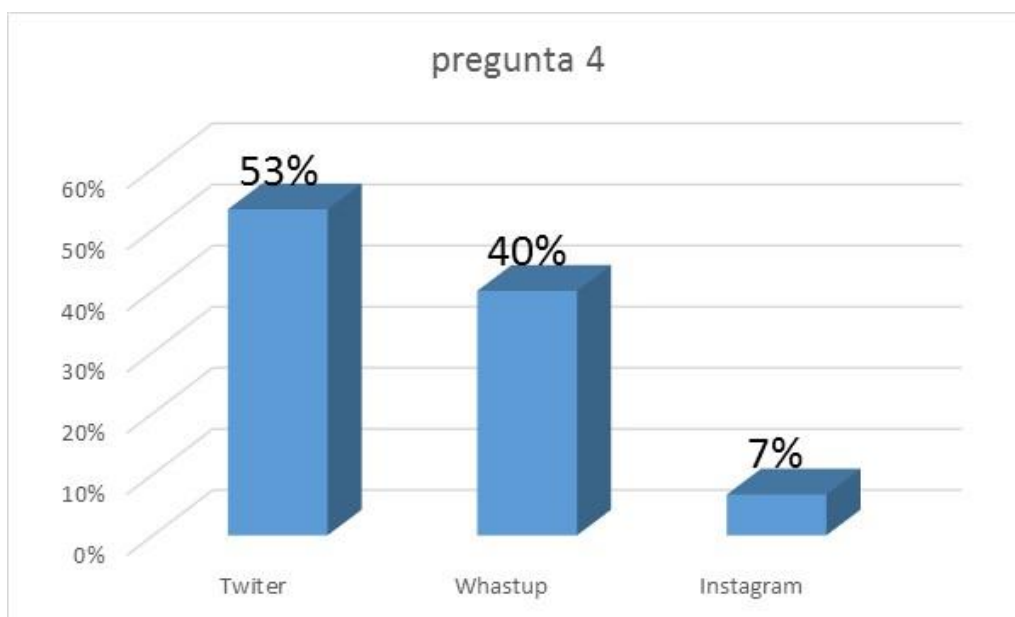
Fuente: Neri Gálvez 2016

3.- ¿Ha utilizado la página oficial de Facebook de la organización para dar a conocer el programa Mpowerment?



Fuente: Neri Gálvez 2016

4.- ¿A través de que otro medio le gustaría dar a conocer el programa Mpowerment?



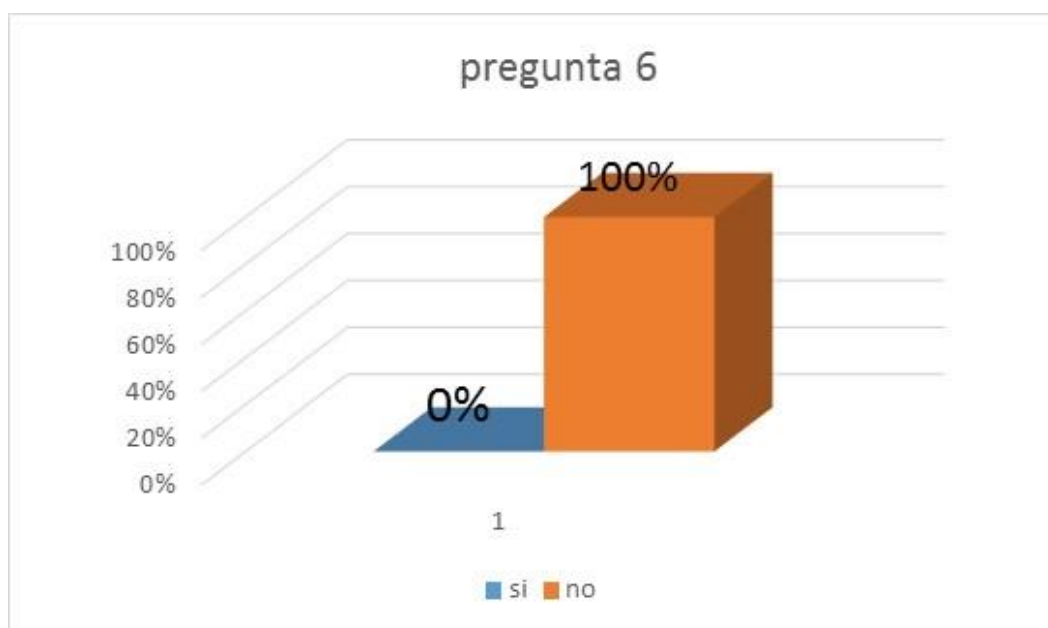
Fuente: Neri Gálvez 2016

5.- ¿Existe un programa de comunicación para ejecutar los procesos?



Fuente: Neri Gálvez 2016

6.- ¿Existe un programa estructurado de comunicación para retroalimentación en base a ejecución?



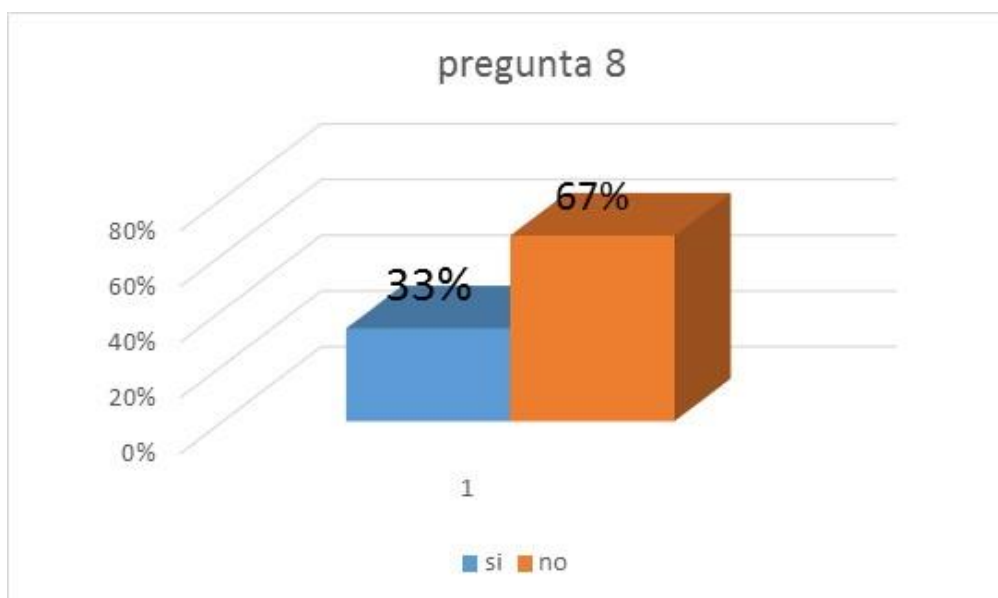
Fuente: Neri Gálvez 2016

7.- ¿Cree usted que el proceso que se ejecuta actualmente para realizar la convocatoria al programa es efectivo?



Fuente: Neri Galvez 2016

8.- ¿Conoce usted todos los procesos que se realizan en la organización?



Elaboración: Neri Gálvez 2016

9.- ¿Según su opinión cree que es posible mejorar la comunicación interna?



*Fuente: Neri Gálvez 2016*

La encuesta detallo que la falta de comunicación interna afecta a la organización, existe una necesidad real de parte de los colaboradores quienes ven de manera positiva la posibilidad de implementar ciertos canales y herramientas de comunicación para mejorar su desempeño, la experiencia es un punto importante debido a que varios de los colaboradores ya manejan las diferentes herramientas de comunicación actual.

Las redes sociales representan un papel importante para crear el dinamismo entre los colaboradores y de estar manera generar una interacción viable, lo cual desarrollara en ellos el sentido de pertenencia a la organización.



## 1.5 RADIOGRAFIA DE LA INSTITUCION FODA



### 1.5.1 Fortalezas

- Respaldo y apoyo de parte de los directivos de la asociación CAS para realización del proyecto
- Disponibilidad a proporcionar la información de parte de las autoridades y coordinadores
- Información a la disposición de todo el personal (manuales).
- Cuentan con departamento de monitoreo para cada área y actividad que realizan.

### **1.5.2 Oportunidades**

- Interés de parte de los directivos de la implementación de planes de comunicación
- La asociación es aceptada a nivel general teniendo apertura de los diferentes grupos sociales
- Se cuenta con la capacidad instalada para atender a un elevado número de personal y brindar servicio.
- Se cuenta con la preparación de temas puntuales para realizar ejecución de actividades.

### **1.5.3 Debilidades**

- No se cuenta con coordinación entre algunas áreas internas lo cual dificulta la ejecución.
- Presupuesto limitado para ejecución de estrategias
- Retroalimentación de procesos no se traslada en tiempo oportuno.

### **1.5.4 Amenazas**

- Falta de un programa de comunicación interna que ayude a mejorar los procesos
- Coordinación defectuosa de parte de cada área para la ejecución de procesos
- Poca afluencia de personas al programa Mpowerment.
- Falta de canales de comunicación efectiva para transmitir las distintas actividades que realiza cada coordinador.

## **CAPITULO II**

### **2. PLAN DE COMUNICACIÓN:**

ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA ORGANIZACIÓN CAS – COLECTIVO AMIGOS CONTRA EL SIDA, DIRECCIONADO AL PLAN MPOWERMENT

#### **2.1 ANTECEDENTES COMUNICACIONALES**

El proyecto Mpowerment de la organización CAS es un modelo de programa de prevención de VIH que ha sido diseñado específicamente para tratar las necesidades de los hombres jóvenes gay/bisexuales. Como lo demuestra este proyecto, la prevención de VIH para hombres gay/bisexuales debe ser continua, con financiamiento adecuado, dinámica y cambiante para poder captar la atención de hombres jóvenes.

Asimismo, se sabe que los hombres que reportan haber tenido sexo sin protección están más expuestos a tenerlo nuevamente. Por esta razón, el escuchar un mensaje de prevención de VIH solamente una vez no es suficiente.

Para tener un mayor impacto, los programas de prevención de VIH deben intervenir en un punto inicial de la iniciación sexual de los jóvenes y continuar reforzando el sexo seguro.

También se ha demostrado, por medio de una revisión independiente, que este modelo, en comparación con otros enfoques de prevención del VIH (que incluyen consejería y prueba del VIH) es el enfoque más adecuado en relación con costo y efectividad.

El proyecto cuenta con principios rectores que sirven como la base para los programas de prevención de VIH. Estos principios se describen y son utilizados para guiar todos los elementos claves del modelo, los cuales se analizan en esta sistematización en relación con el pilotaje del modelo que se llevó a cabo.

Los principios informan de todos los aspectos del proyecto. Por diversas razones, sin embargo, es necesario adaptar el proyecto Mpowerment. Algunas veces necesita adaptarse para ser más efectivo con una población diferente para la que fue diseñado originalmente.

## **2.2 OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN**

### **2.2.1 Objetivo General**

Implementar un sistema de comunicación integral para coordinadores y equipos de trabajo de la organización CAS, para lograr una implementación efectiva de sus procesos.

### **2.2.2 Objetivos Específicos**

- ✓ Estandarizar los procesos de comunicación y retroalimentación dentro de la organización CAS.
- ✓ Recolectar la información de los procedimientos actuales para proceder a depurar y mejorar las acciones a realizar, creando un sentido de pertenencia dentro de los colaboradores de la organización.
- ✓ Informar acerca de la adecuada utilización de los medios digitales y el impacto que tienen en la actualidad reconociendo a los medios digitales como herramientas fundamentales de comunicación e información.

## **2.3 PUBLICO OBJETIVO**

Personal administrativo (coordinadores, facilitadores, evaluadores) direccionado al programa Mmpowerment de la organización CAS- Colectivo Amigos contra el Sida que integran el equipo de trabajo, a continuación se detallan los datos relevantes:

### **Demográficos:**

Edad: Hombres de 18 a 35 años

Sexo: Masculino

Orientación Sexual: Gay, Bisexuales.

Nivel Socioeconómico: medio / medio-alto

Segmento: B, C, C-

### **Psicograficos:**

Estilo de vida: personales sociales y preparación académica

Personalidad: Son divertidos, espontáneos y auténticos, líderes naturales con don de mando.

Valores: fundamentados en la ética, respeto y tolerancia.

Creencias: Indiferente.

Intereses: deportes, vida social, interacción, desarrollo personal.

Se define el público objetivo con características específicas recolectadas en el proceso de diagnóstico, con la ayuda de la alta gerencia de la organización, y los perfiles de los puestos para tener puntos de referencia válidos y concretos.

## **2.4 MENSAJE**

El mensaje del proyecto será una comunicación integral facilitara los procesos internos de la organización con lo cual se obtendrán resultados positivos en la implementación de los programas institucionales, a continuación se presentan las propuestas de mensaje:

- 1.- “Comunicando con profesión, para servir con pasión”
- 2.- “Detente, Piensa, Comunica, Crea”
- 3.- “La Comunicación es tu mejor herramienta para la Innovación”

El mensaje seleccionado por el cliente es: “Comunicando con profesión, para servir con pasión”

## **2.5 ESTRATEGIAS**

Se realizara una estrategia comunicación e identificación directa para poder llegar a los colaboradores de una forma dinámica, transmitiendo el sentido de pertenencia y mejora continua, se realizara con medios físicos, digitales y reuniones de intervención a continuación se detallan las 3 estrategias a implementar:

- 1.- Fortalecer la Comunicación Interna: mejorando los canales de comunicación para crear dinamismo y retroalimentación.
- 2.- Fortalecer el Clima organizacional.
- 3.- Fortalecer las relaciones interpersonales del equipo que ejecuta el proyecto MPOWERMENT de la organización CAS.

## 2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN

### ACCIONES DE LA ESTRATEGIA 1 (Fortalecer la Comunicación Interna)

- a. **Realización de reuniones de equipos:** se realizarán entre los integrantes del equipo de trabajo para recolectar e intercambiar información, esta actividad se llevara a cabo de manera semanal para lograr desarrollar en equipo los procedimientos a seguir en la ejecución de sus actividades, descartando aquellos procedimientos que no agreguen valor, en base a cada reunión se realizara un documento con la información obtenida donde todos los colaboradores firmaran con aprobación.

PROGRAMACION DE REUNIONES DE EQUIPO		
ACTIVIDAD	OBJETIVO	INSENTIVO
Reunión de equipo	Recolectar e intercambiar información acerca de la efectividad de los procesos actuales.	Refacción con premios por aporte.
Cuota por asistentes	Establecer una cuota de invitados al programa empowerment.	Reconocimiento simbólico en cartelera informativa y diploma.
Lluvia de ideas	Desarrollar actividades efectivas de convocatoria para lograr un canal de captación efectivo.	Reconocimiento simbólico en cartelera informativa y diploma.
Reunión de Motivación	Motivar al personal con actividades de socialización.	Refacción con premios por aporte.

<b>FECHA</b>	27 de mayo, 3,10, 17 junio
<b>HORA</b>	10:00 AM
<b>LUGAR</b>	SALA DE REUNIONES CAS
<b>EXPOSITOR</b>	COORDINADOR
<b>CANTIDAD</b>	4 REUNIONES

- a. **Cartelera digital informativa:** creación de una intranet corporativa donde todos tendrán accesos y la cual contendrá la información relevante al alcance de todos.

Con esto se lograra que todos las integrantes tengan la información de manera clara y directa, en esta cartelera digital tendrán acceso a los procedimientos para utilizar las redes sociales y pagina web con el fin de que se vuelva herramienta de apoyo a la hora de realizar convocatorias.

**Ubicación:** Instalaciones CAS afuera de la sala de reuniones.

**Material:** Pantalla digital led

**Medidas:** 32"

**Diseño:** a cargo del epsista.

**Responsable:** Epesista con el apoyo de la coordinación general de la empresa.

**Normativa de Uso:** en la cartelera informativa se colocara información de los cursos a recibir, tema, horario y fecha, así como también avisos de nuevos procesos e implementaciones.

**Área donde se solicitara su uso:** administración CAS.

**Ciclo de renovación:** la cartelera será renovada semanalmente para poder obtener el impacto deseado.

## **ACCIONES DE LA ESTRATEGIA 2 (Fortalecer el Clima organizacional)**

- b. **Buzón de sentimientos:** es una herramienta que permite saber de manera inmediata las necesidades del personal, se colocara un buzón donde semanalmente se podrá ingresar de manera anónima los requerimientos y solicitudes de mejora, realizando una reunión en la cual el jefe realizara lectura a los sentimientos y las acciones e implementar para mejorar.



**Ubicación:** instalaciones CAS, pasillo principal.

**Periodicidad de Monitoreo:** 15 días

**Responsable:** Coordinador General programa Mpowerment

**Logística de Uso:** el buzón tendrá 15 días calendario de vigencia en donde el personal podrá ingresar de manera anónima las observaciones y aportes de mejora de la organización, exponiendo solicitudes claras y concretas. Cumplidos los 15 días calendario se procederá a vaciar y tabular el buzón, teniendo una reunión para presentar posibles acciones de solución a los hallazgos realizados.

- c. Talleres temáticos y capacitaciones:** talleres temáticas de comunicación en donde se expondrán temas de interés, en la cual cada miembro tendrá cada semana la opciones de poder impartir taller a sus compañeros en el cual se compartirán experiencias que aporten de manera positiva a la organización, cada expositor podrá solicitar que el grupo vista de una determinada manera o bien que utilice algún artículo determinado con el fin de hacer alusión al tema expuesto.

Capacitación constante en temas de comunicación y desarrollo interno acerca de los procesos, existirá un coordinar o jefe que cerrara el taller, se tocaran temas relaciones a el impacto de las redes sociales y herramientas informáticas y la adecuada manera de utilizarlas.

PROGRAMACION TALLERES TEMATICOS Y CAPACITACIONES		
ACTIVIDAD	OBJETIVO	INSENTIVO
Taller comunicación	Desarrollar temas de comunicación integral y su impacto a nivel organizacional.	Diploma impreso para el expositor.
Capacitación de comunicación	Realizar simulaciones de comunicación y sus resultados efectivos en los procesos.	Diploma impreso para el expositor, reconocimiento en cartelera.
Taller formación y trasmisión de ideas	Desarrollar exposiciones temáticas para generar dinamismo.	Diploma impreso para el expositor.

**ACCIONES ESTRATEGIA 3** (Fortalecer las relaciones interpersonales del equipo)

**d. Actividades fuera de oficina:** una vez al mes se organizara fuera de oficina una actividad para socializar, este puede ser desayuno o almuerzo en algún determinado lugar en la cual se tocaran temas relevantes para de una manera práctica poder interactuar con todo el grupo.

Fomentando el trabajo en equipo, esto a su vez ayudara en las relaciones interpersonales entre jefes y colaboradores, botando las barras que impiden una comunicación fluida.

<b>FECHA</b>	16, 23, 30 de mayo y 6, 13 de junio
<b>HORA</b>	8:00:00 o 12:00 PM
<b>LUGAR</b>	CEBOLLINES
<b>CANTIDAD</b>	5 REUNIONES

**e. Activación de programas de pertenencia a la organización:**

Implementación de programas en los cuales se comentara la visión y la misión de la organización, las metas y políticas, esto con el fin de crear inclusión y sentido de pertenencia de los colaboradores, resaltando de manera positiva los logros que obtiene la organización.

Serán durante el periodo de almuerzo y el coordinador o jefe comunicara los logros positivos, felicitando a la persona que ayudo a obtenerlos.

En esta reunión se expondrán la cantidad de personas que asisten al programa Mpowerment, la cantidad de pruebas de VIH e ETS realizadas y se felicitara también al coordinador que logro mayor asistencia en base a convocatoria.

**Proceso:** envió de mail de la visión y misión, objetivos, colocación en cartelera cada 3 días a partir del 08 de mayo 2016.

**f. Medidores de efectividad:** se realizaran indicadores para medir la efectividad de las estrategias implementadas:

- 1.- Comparativo de asistentes vrs. Convocatoria realizada.
- 2.- cantidad de pruebas de VIH e ETS realizadas.
- 3.- cantidad de gastos en el programa.

## CAPITULO III

### 3. INFORME DE EJECUCION

#### 3.1 PROYECTO DESARROLLADO

Implementación de un programa de comunicación integral para coordinadores de la ONG CAS-COLECTIVO AMIGOS CONTRA EL SIDA, direccionado al programa Mpowerment de prevención de VIH e ITS.

##### 3.1.1 Financiamiento

CANTIDAD	DESCRIPCION	FINANCIAMIENTO	OBSERVACIONES
1	BUZON DE SENTIMIENTOS	EMPRESA	se implementara un buzón en material reciclado la alta gerencia acepto el costo
1	CARTELERA DIGITAL	EMPRESA	ya existe la herramienta digital únicamente se direccionara a este beneficio
8	TALLERES Y CAPACITACIONES	EPESISTA	durante 2 meses se ejecutaran estas capacitaciones utilizando las instalaciones de la organización, el epesista serán el facilitador
5	ACTIVIDADES FUERA DE OFICINA	EMPRESA	la alta gerencia acordó cubrir el 50% del gasto que se realizada al realizar esta actividad (desayuno o almuerzo), contra factura presentada, con un total de 4 integrantes más el coordinador
1	SERVICIO PROFESIONAL Y CONSULTORIA DE COMUNICACIÓN	EPESISTA	costo absorbido por el epesista, el costo aproximada por un consultoría en el mercado es Q5,400.00
1	VIATICOS VIAJE CAPACITACION	EMPRESA	empresa absorbió el costo de las capacitaciones realizadas en el interior

### 3.1.2 Presupuesto

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	BUZON DE SENTIMIENTOS	Q150.00	Q150.00
1	CARTELERA DIGITAL	Q 2,200.00	Q 2,200.00
8	TALLERES Y CAPACITACIONES	Q250.00	Q 2,000.00
5	ACTIVIDADES FUERA DE OFICINA	Q 300.00	Q 1,500.00
1	SERVICIO PROFESIONAL Y CONSULTORIA DE COMUNICACIÓN	Q 5,400.00	Q 5,400.00
1	VIATICOS VIAJE CAPACITACION	Q 2,200.00	Q 2,200.00
<b>TOTAL</b>			<b>Q 13,450.00</b>

FINANCIAMIENTO	MONTO
EPESISTA	Q 7,400.00
EMPRESA	Q 6,050.00
<b>TOTAL</b>	<b>Q 13,450.00</b>

### 3.1.3 Beneficiarios

Los beneficiarios del proyecto de comunicación son:

- 6 Coordinadores y capacitadores del programa Mpowerment de la organización.
- 4 Supervisores de proyectos internos de la institución.
- 1 Gerente de Comunicación Interna
- 1 Gerente General de la organización
- Usuarios que asisten al programa Mpowerment.

### 3.1.4 Recurso Humano

CANTIDAD	PUESTO	ACTIVIDAD
1	GERENTE DE COMUNICACION	Revisión y aprobación de la estrategia, apoyo en la implementación.
1	GERENTE GENERAL	Aprobación de la estrategia y seguimiento de los avances.
6	COORDINADORES Y CAPACITADORES	Participación activa en las sesiones y actividades.
4	SUPERVISORES	Participación activa en las sesiones y actividades.
8	PARTICIPANTES	Participación en las actividades, aportes y observaciones.

### 3.1.5 Áreas Geográficas de Acción

- El plan se ejecutó en la sede ubicada en: 11 calle 0-48 zona 10, edificio DIAMOND oficina 1201 ciudad capital de Guatemala.  
Instalaciones sede Quetzaltenango, 4 Calle 15-00 zona 1.

## 3.2 ESTRATEGIA Y ACCIONES DESARROLLADAS

1.- Fortalecer la Comunicación Interna: mejorando los canales de comunicación para crear dinamismo y retroalimentación.

Se realizarán entre los integrantes del equipo de trabajo para recolectar e intercambiar información, esta actividad se llevara a cabo de manera semanal para lograr desarrollar en equipo los procedimientos a seguir en la ejecución de sus actividades.

## 2.- Fortalecer el Clima organizacional.

Se realizaran Talleres temáticos de comunicación en donde se expondrán temas de interés, en la cual cada miembro tendrá cada semana las opciones de poder impartir taller a sus compañeros en el cual se compartirán experiencias que aporten de manera positiva a la organización.

Es una herramienta que permite saber de manera inmediata las necesidades del personal.

## 3.- Fortalecer las relaciones interpersonales del equipo que ejecuta el proyecto MPOWERMENT de la organización CAS.

Esta Estrategia se basa en la implementación de programas en los cuales se comentara la visión y la misión de la organización, las metas y políticas, esto con el fin de crear inclusión y sentido de pertenencia de los colaboradores, resaltando de manera positiva los logros que obtiene la organización.

Serán durante el periodo de almuerzo y el coordinador o jefe comunicara los logros positivos, felicitando a la persona que ayudo a obtenerlos.

**Proceso:** envió de mail de la visión y misión, objetivos, colocación en cartelera cada 3 días a partir del 08 de mayo 2016.

#### 2.1.4 Imágenes o Fotografías:

Primera Estrategia Desarrollada

*Fuente: Neri Gálvez / Reuniones de equipo Organización CAS*



*Fuente: Neri Gálvez / Presentación proyecto directivos CAS*





**Segunda Estrategia Desarrollada: Fortalecer el Clima Organizacional de CAS**



*Fuente: Neri Gálvez / Taller de capacitación personal operativo CAS*



*Fuente: Neri Gálvez / Lectura primer buzón de sentimientos CAS*



*Fuente: Neri Gálvez / Desarrollo programa de capacitación*



*Fuente: Neri Gálvez / Director General CAS*

**Tercera Estrategia Desarrollada:** Fortalecer las relaciones interpersonales del equipo que ejecuta el proyecto MPOWERMENT de la organización CAS.



*Fuente: Neri Gálvez / Actividades Fuera de Oficina Equipo CAS*



*Fuente: Neri Galvez / Reunión Integración con Equipo CAS*



*Fuente: Neri Gálvez / Celebración cumpleaños equipo CAS*



*Fuente: Neri Gálvez / Directivos CAS foto por Neri Gálvez*

### 3.2 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

FECHA	ACTIVIDAD
01 al 06 de mayo	Implementación Estrategia 1: Fortalecer comunicación interna
01 al 06 de mayo, junio, julio	Realización Reuniones Equipo dentro de los colaboradores CAS
08 al 13 de mayo, 13 al 17 de junio, 11 al 15 de julio	Cartelera Digital Informativa
06 al 10 de junio	implementación Estrategia 2: Fortalecer el Clima Organizacional
16 al 20 de mayo, 20 al 24 de junio, 18 al 22 de julio	Implementación de Buzón de Sentimientos
23 al 27 de mayo, 27 al 30 de junio, 25 al 29 de julio	Talleres temáticos y Capacitaciones
23 al 27 de mayo, 27 al 30 de junio, 25 al 29 de julio	Implementación Estrategia 3: Fortalecimiento de relaciones interpersonales de equipo
23 al 27 de mayo, 27 al 30 de junio, 25 al 29 de julio	Actividades Fuera de Oficina
06 al 10 de junio, 4 al 08 de julio	Activación de programas de pertenencia a la organización
25 al 29 de julio	Informe Final

Actividad	Mayo				Junio				Julio			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Implementacion Estrategia 1: Fortalecer comunicación Interna	■											
Realizacion Reuniones de Equipo	■				■				■			
Cartelera Digital Informativa		■				■				■		
Implementacion Estrategia 2: fortalecer clima organizacional					■							
Buzon de Sentimientos			■				■				■	
Talleres Tematicos y Capacitaciones				■				■				■
Implementacion Estrategia 3: Fortalecimiento de relaciones interpersonales del equipo				■				■				■
Actividades fuera de oficina					■				■			
Activacion de programas de pertenencia a la organización						■				■		
Informe final												■

### 3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO (EVALUACION)

**Check list:** se crea el siguiente check list de control de actividades implementadas durante el desarrollo de la estrategia con lo cual se busca tener control y visibilidad del proceso

CHEK LIST DE CONTROL DE ACTIVIDADES				
NO	PREGUNTA	SI	NO	COMENTARIO
1	¿Se realizaron las actividades en tiempo establecido?	X		
2	¿Se establecieron prioridades en las reuniones?	X		
3	¿Todos los colaboradores participaron en la reunión?	X		
4	¿Existió aporte de parte de los integrantes del departamento?	X		
5	¿Se enumeraron factores positivos y Negativos?	X		
6	¿Se efectuó análisis de la información recolectada?	X		
7	¿Se crearon acciones en base a la información obtenida?	X		
8	¿Se ejecutaron las acciones creadas?	X		

*Elaboración Neri Gálvez 2016*

**Entrevista:** se implementara también el siguiente formato que llenara cada coordinador con el fin de obtener avances de la implementación para ello se crearan códigos para que la entrevista sea confidencial y poder evidenciar la efectividad del seguimiento del proyecto dentro de los colaboradores.

**Observación:** se continuara con la observación directa para poder detectar puntos de mejora durante el desarrollo de la estrategia a implementar, realizando mediciones dentro de la organización, en cada etapa desarrollada.

## CONCLUSIONES

- Mediante la observación directa y encuestas realizadas a los colaboradores de la organización CAS, Colectivo Amigos Contra el Sida se determinó que el medio más utilizado para la comunicación directa entre los miembros del equipos, son las redes sociales y la web institucional.
- Por medio de los correos internos se logró enviar información y generar retroalimentación en cuanto a las actividades y gestiones realizadas manteniendo en todo momento informados a los colaboradores de la organización.
- El 100% del personal encuestado indico que la utilización de canales efectivos de comunicación aportarían al programa y lograrían resultados efectivos.
- El no contar con canales efectivos de comunicación afecta directamente al cliente organizacional y genera efectos negativos a la hora de ejecutar procesos, generando malestar y molestias dentro de los colaboradores y no permitirles expresarte genera rotación de personal.
- Las actividades fuera de oficina ayudan a la recolección de información y generan aportes directos de parte de los colaboradores, debido a que se sienten más cómodos para expresarse y aportar ideas.

## RECOMENDACIONES

- Implementar de manera permanente a un colaborador que esté a cargo de la comunicación interna, para que pueda monitorear y evaluar constantemente los procesos.
- Realizar el seguimiento constante a las redes sociales, para mantener las páginas actualizadas en cuanto a información, esto para generar el dinamismo esperado.
- Evaluar periódicamente las acciones que se ejecutan para poder detectar si son viables o bien si necesitan mejorar para lograr los resultados esperados.
- Establecer programas de crecimiento interno para los colaboradores, tomando como punto de partida los aportes que realizan a las distintas actividades, para fomentar el liderazgo interno.
- Establecer un cronograma anual de actividades fuera de oficina, para lograr integración en el equipo y de esta manera aportar al clima organizacional.



## BIBLIOGRAFIA

- Tomás Austin M. (2006). Definición Del problema a Investigar y de los Objetivos de Investigación. En Tomás Austin M, Definición Del problema a Investigar y de los objetivos de Investigación. México.
- Silva. (2003). Árbol del Problema. En Metodología para la elaboración de estrategias de Desarrollo local. Santiago de Chile.
- Tomás Austin M. (2006). Definición Del problema a Investigar y de los Objetivos de Investigación. Mexico
- de, N. S. (2010). Diagnóstico Institucional y Estrategia de comunicación Organizacional Aplicada al Instituto de Educación Básica "14 de Julio de 1789".
- CAS. (2015) Manual de intervenciones para la prevención combinada en hombres que tienen sexo con hombres. Washington
- CAS. (2014) "MPOWERMENT ES SER YO MISMO" SISTEMATIZACIÓN DEL PILOTAJE DEL MODELO POWERMENT. Guatemala
- <http://glosariocomorg.blogspot.com/2006/05/aqu-est-el-glosario.html>

## GLOSARIO

**Ambiente organizacional:** Serie de elementos culturales y de identidad de la organización, que hacen de ésta lo que es, con la voluntad de cumplir las expectativas de lo que debe ser. Se integra por cuestiones físicas como infraestructura, espacios, aspectos climáticos, mobiliario, así como por las normas, valores, cuestiones psicológicas y hasta místicas, que a la organización en su globalidad la caracterizan.

**Aprendizaje organizacional:** Capacidad de la organización de transformarse a la par del entorno, adaptarse a este con competencia, dinamismo y transformarse cuando las circunstancias lo exijan. Se basa en conocimiento que la organización tenga de ella misma, de los principios bajo los cuales se guíe y la manera en que los pone o ha puesto (en el pasado) en práctica.

**Áreas con posibilidad de desarrollo:** Cuestiones que el diagnóstico arroja como potenciales de ser optimizadas, que merecen el esfuerzo por verlas en una situación más favorable para los intereses de la organización. Sólo pueden concluirse como resultado final del diagnóstico y con base en información validada por la metodología de este.

**Cambio:** Variación de una situación a otra con expectativas positivas a favor de la organización. Rediseño de aspectos globales o particulares de la organización.

**Clima organizacional:** Resultado de la interacción del sujeto con el ambiente organizacional, que demuestra la influencia de la organización en el desempeño del individuo, tiene que ver con las experiencias individuales y colectivas de los miembros.

**Comunicación externa:** Transmisión de mensajes de la organización a públicos externos para mantener con estos una interacción con intenciones operativas, estratégicas, de difusión y de promoción de una buena imagen.

**Comunicación interna:** Acciones comunicativas entre la organización y sus miembros, y entre ellos mismos, a favor de las buenas relaciones (interacciones rentables para la organización) a través de medios específicos para ello.

**Comunicación organizacional:** Comunicación que se gesta dentro de una organización. Sistema que constantemente sufre ajustes, complejo por sus relaciones con diversos públicos (tanto internos como externos). Procesos inherentes a la organización que no sólo tienen que ver con intercambio de información, sino también con los medios utilizados y los individuos (con su cultura, actitudes, sentimientos y capacidades). Es también la disciplina que se encarga de investigar y teorizar acerca de todo lo anterior con la voluntad de dar explicación a las organizaciones sociales.

**Estrategia de comunicación:** Planificación de la gestión de flujos comunicativos de la organización, acorde a los objetivos y valores de la esta.

**Estructura orgánica (organigrama):** Diseño de la distribución jerárquica de los materiales y recursos humanos de la organización, manera esquemática de la manera en que se conforma la organización.

**Evaluación:** Traducción de lo cualitativo a lo cuantitativo, sistema inductivo de calificación de cuestiones particulares y para lograr a su vez calificar aspectos generales en una escala del 1 al 10. Correspondencia numérica al estado de una dimensión de la organización.



## ANEXOS



UNIVERSIDAD SAN CARLOS DE GUATEMALA

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Proyecto de EPS

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Cuestionario de encuesta para diagnóstico de comunicación interna en la ONG – CAS Colectivo Amigos Contra el Sida dirigido al programa Mpowerment.

**Instrucciones: Marque con una X la que considera la respuesta adecuada o bien responda lo que se le solicite.**

**Genero:**

Masculino  Femenino

1.- ¿Cuentan con un plan de comunicación interna estructura en la organización?

SI  NO

2.- ¿Qué medios utiliza para dar a conocer el programa Mpowerment?

---

3.- ¿Ha utilizado la página oficial de Facebook de la organización para dar a conocer el programa Mpowerment?

SI  NO

4.- ¿A través de que otro medio le gustaría dar a conocer el programa Mpowerment?

---

5.- ¿Existe un programa de comunicación para ejecutar los procesos?

SI  NO

6.- ¿Existe un programa estructurado de comunicación para retroalimentación en base a ejecución?

SI  NO

7.- ¿Cree usted que el proceso que se ejecuta actualmente para realizar la convocatoria al programa es efectivo?

SI  NO

8.- ¿Conoce usted todos los procesos que se realizan en la organización?

SI  NO

9.- ¿Según su opinión cree que es posible mejorar la comunicación interna?

SI  NO



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ejercicio Profesional Supervisado  
de Licenciatura 2016



**Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada**

Nombre del Alumno (a): NERI HIZAY GALVEZ DE LEON  
No. De Carné: 200811272  
Jefe o Encargado (a): Ing. MARCO POLO YANCOR  
Institución o Empresa: COLECTIVO AMIGOS CONTRA EL SIDA  
Supervisor de EPSL: Licda. Sandra Hernández

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 02 / Al: 07	Mayo	5	5	5	5	5	5	30 hrs.
2	Del: 09 / Al: 14	Mayo	5	5	5	5	5	5	30 hrs.
3	Del: 16 / Al: 21	Mayo	5	5	5	5	5	5	30 hrs.
4	Del: 24 / Al: 28	Mayo	5	5	5	5	5	5	30 hrs.
5	Del: 06 / Al: 10	Junio	5	5	5	5	5	5	30 hrs.
6	Del: 13 / Al: 17	Junio	5	5	5	5	5	5	30 hrs.
7	Del: 20 / Al: 25	Junio	5	5	5	5	5	5	30 hrs.
8	Del: 27 / Al: 01	Junio	5	5	5	5	5	5	30 hrs.
9	Del: 04 / Al: 08	Julio	5	5	5	5	5	5	30 hrs.
10	Del: 11 / Al: 16	Julio	5	5	5	5	5	5	30 hrs.
<b>TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS</b>									<b>300 hrs</b>

(f)   
Ing. Marco Polo Yancor - CAS

(f)   
Licda. Sandra Hernández - Supervisora EPSL