

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



**“DIAGNÓSTICO Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA DE LA
ASOCIACIÓN NACIONAL DE SOFTBOL DE GUATEMALA”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

JACQUELINE ANDREA GOLÓN DIAZ

201400430

Previo a optar el título de:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Guatemala, Agosto de 2019

Consejo Directivo

Director:

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Representantes Docentes:

M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trijilio

Representantes Estudiantiles:

Gabriela Eugenia Menegazzo

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representante de Egresados:

M.A Jhonny Michael González Batres

Secretaria:

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

Coordinador de EPS Licenciatura

M.A Luis Arturo Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura

M.A. Evelin Lisseth Hernández Mazariegos

Lic. Josue Othoniel Andrade de la Cruz

Licda Krista María Ramírez Nájera



5ta. Calle 18-00 zona 15, Vista Hermosa I, Complejo Deportivo de Softbol,
Interior Segundo Nivel. PBX: 2369-8041
EMAIL: softbolgua@gmail.com Página Web: www.softbolguate.org
Guatemala, C.A.



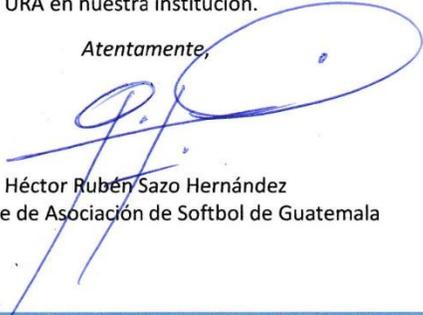
Guatemala, 27 de septiembre de 2019

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

Estimado Maestro Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que la estudiante epesista JACQUELINE ANDREA GOLÓN DIAZ con número de carné: 201400430 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, realizo el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en EL DEPARTAMENTO DE MEDIOS cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del 15 de Mayo al 15 de Julio del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto comunicacional: "DIAGNÓSTICO Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA DE LA ASOCIACIÓN NACIONAL DE SOFTBOL DE GUATEMALA" entregando el material respectivo y debidamente recibido por: ASOCIACION NACIONAL DE SOFTBOL DE GUATEMALA. En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo de la epesista y para los usos y procesos siguientes en el EPS de Licenciatura, extendemos la presente CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE SU PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA en nuestra institución.

Atentamente,


Héctor Rubén Sazo Hernández
Presidente de Asociación de Softbol de Guatemala



PRESIDENTE

ASOCIACIÓN DEPORTIVA NACIONAL DE SOFTBOL DE GUATEMALA



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



Guatemala, 4 de octubre de 2019

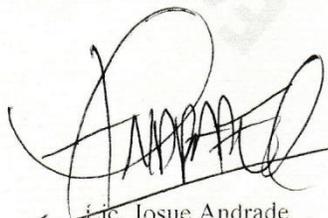
Estudiante
Jaqueline Andrea Golón Diaz
Carné: 201400430
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

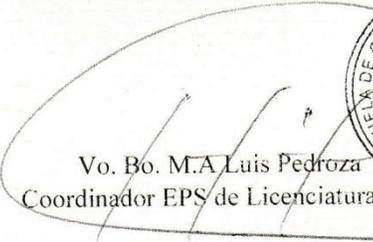
Por este medio informo a usted, que he revisado el informe final de su proyecto de EPS de Licenciatura con título: **“DIAGNÓSTICO Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA DE LA ASOCIACIÓN NACIONAL DE SOFTBOL DE GUATEMALA”**. El citado trabajo llena los requisitos del rigor del presente programa, por lo cual se emite **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y distribución digital del informe final del EPS de Licenciatura en 5 CD's con el documento en PDF los cuales deberá entregar en las instancias correspondientes para su archivo y publicación.

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”


Lic. Josue Andrade
Supervisor EPS de Licenciatura




Vo. Bo. M.A Luis Pedroza
Coordinador EPS de Licenciatura



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

DEDICATORIA

A Dios: Por haberme dado la sabiduría e inteligencia, para lograr cada meta en mi vida y por guiar mis pasos para seguir el camino correcto, él es único que merece toda la gloria.

A mis padres: Por su apoyo, amor incondicional, ejemplo y esfuerzo y por estar a mi lado cada día de mi vida.

A mis hermanos: Por estar conmigo en cada paso que he dado, apoyándome a cumplir todas mis metas.

A mis familiares: Por sentirse orgullosos de mí y por incentivar me a seguir adelante por muy difícil que sea la situación.

A mi mejor amiga: Por su apoyo incondicional, por creer en mí y motivarme a cumplir todo lo que me proponga en la vida.

A mis amigas y amigos: Por ser parte esencial en mi vida brindándome una amistad sincera celebrando cada uno de mis logros.

AGRADECIMIENTOS

A LA **UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA** por haberme brindado la educación y las herramientas necesarias para poder convertirme en una profesional.

A la **ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** y a todos sus catedráticos por ser la base fundamental de mi aprendizaje el brindarme sus conocimientos.

A **HECTOR SAZO, PRESIDENTE DE LA ASOCIACION NACIONAL DE SOFTBOL DE GUATEMALA**, por permitirme realizar el EPS en la institución y brindarme su total apoyo en todo el proyecto.

Al **MASTER LUIS PEDROZA** por su compromiso con todos los estudiantes y entregar al pueblo de Guatemala profesionales de bien.

Al **LICENCIADO JOSUE ANDRADE** por su apoyo como asesor y estar en cada etapa de este proyecto compartiendo de sus conocimientos.

ÍNDICE

RESUMEN	I-II
INTRODUCCIÓN.....	III
JUSTIFICACIÓN.....	IV
CAPTULO 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 INSTITUCION ASOCIACION NACIONAL DE SOFTBOL DE GUATEMALA	
1.2.1 Ubicación Geográfica.....	1
1.2.2 Antecedentes o Historia	1-3
1.2.3 Departamentos o dependencias.....	4-5
1.2.4 Misión	5
1.2.5 Visión	5
1.2.6 Público objetivo	6
1.2.7 Organigrama	6
1.3. METODOLOGÍA.....	6-7
1.3.1 Descripción del Método	7
1.3.2 Técnicas e instrumentos de recolección.....	8
1.3.3 Cronograma del diagnóstico.....	9
1.4 RECOPIACIÓN DE DATOS	9
1.4.1 Gráficas e interpretaciones del resultado de las encuestas.....	9-13
1.4.2 Ficha de la entrevista	14
1.4.3 Resultados de la entrevista	15
1.5.RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN.....	16
1.5.1 Fortaleza	16
1.5.2 Oportunidades.....	16
1.5.3 Debilidades	17
1.5.4 Amenazas	17
CAPITULO II.....	18
2. PLAN DE COMUNICACIÓN	18
2.1 ANTECEDENTES COMUNICACIONALES.....	18
2.2 OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN.....	18
2.2.1 Objetivo General.....	18
2.2.2 Objetivo Específicos	18
2.3. PÚBLICO OBJETIVO.....	18
2.4. MENSAJE.....	19

2.5. ESTRATEGIAS	19
2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN	19-21
CAPÍTULO III	22
3. INFORME DE EJECUCIÓNc	
3.1 PROYECTO DESARROLLADO	22
3.1.1 Financiamiento	22
3.1.2 Presupuesto.....	22
3.1.3 Beneficiarios.....	22
3.1.4 Recursos Humanos.....	22
3.1.5 Áreas Geográficas de Acción	23
3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS	23-28
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	29
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO	29-30
CONCLUSIONES	31
RECOMENDACIONES	32
GLOSARIO DE TÉRMINOS	33-34
BIBLIOGRAFÍA	35
E GRAFÍA	35
ANEXOS	36-42

Resumen

Nombre de la institución: Asociación Deportiva Nacional De Softbol De Guatemala.

Nombre del Proyecto: Diagnóstico y estrategia de comunicación interna de la Asociación Nacional de Softbol de Guatemala.

Objetivos del proyecto

General

Diagnosticar los problemas y barreras de comunicación interna en los canales de comunicación utilizados actualmente en la Asociación de Softbol.

Específico

Objetivos específicos:

- * Identificar las necesidades comunicacionales a nivel interno.
- * Determinar que canal de comunicación es el adecuado para trasladar la información de la asociación.
- * Presentar una estrategia de comunicación con la cual se fortalezca y solucione los problemas encontrados en el diagnóstico.

Sinopsis del Proyecto

El presente informe por medio de un diagnóstico permitió conocer estudiar y analizar los canales de comunicación con los que cuenta la asociación, y así poder medir su funcionamiento y las necesidades que estos posean y el impacto que estos pueden alcanzar con el público en general.

A través de entrevistas al presidente y una encuesta a los seguidores de la página oficial de Facebook se pudo conocer a fondo las necesidades y las barreras que como asociación están

teniendo para poder llegar a todos los jugadores y no solo a ellos sino que a todo el público guatemalteco y demás empresas que puedan apoyar los nuevos proyectos.

Luego de detectar la problemática se procede a realizar un plan de comunicación eficiente con el que se puedan guiar y saber de qué forma interactuar con las personas obteniendo un grado mayor de credibilidad con cada publicación que realicen, se fortaleció la imagen institucional por medio de diferentes estrategias que permitieran darle una nueva imagen fresca e innovadora.

Introducción

El siguiente proyecto presenta los cambios y la nueva imagen institucional de la Asociación Nacional de Softbol de Guatemala (ASOSOFT) la cual es la encargada de masificar, instruir, explicar y fomentar el softbol, en toda la república de Guatemala

Las formas de comunicación en las organizaciones han ido evolucionando de manera relativamente rápida, impulsadas fundamentalmente por la aparición de nuevas tecnologías que permiten un considerable ahorro en tiempo y costes, con un importante aumento en la productividad.

El siguiente documento permitió conocer estudiar y analizar los canales de comunicación con los que cuenta la asociación y expone de forma detallada las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la asociación con el único objetivo de tener una base para poder elaborar un plan de comunicación.

En el cual se utilizan diferentes métodos y herramientas con el objetivo principal de diseñar una campaña que permita alcanzar los objetivos propuestos obteniendo una respuesta concreta y positiva.

Justificación

Como parte del Ejercicio Profesional supervisado EPS, nace el deseo de realizar el presente estudio con el objetivo de analizar y diagnosticar los problemas que se puedan estar presentando en la Asociación Nacional de Softbol de Guatemala.

La asociación es consciente que la comunicación es una de la base primordial para poder cumplir cada una de las diferentes metas trazadas y de los ejes de trabajo ya que sin una comunicación efectiva estas se verán afectadas tanto interna como externamente, ya sea a corto mediano oh largo plazo.

El objetivo de este diagnóstico es proponer un plan de comunicación con el cual se pueda resolver cada uno de los problemas expuestos, reforzando y actualizando los canales de comunicación para que se pueda tener el impacto deseado y así la comunicación puede penetrar y alcanzar a un grupo mayor de personas en donde estas puedan identificar de forma inmediata cada publicación que la asociación realice familiarizándose con la línea gráfica y así darle la fuerza que cada publicación necesite dependiendo la relevancia de cada una de ellas.

Por medio de una comunicación eficiente hacer más grande la comunidad no solo de jugadores de softbol sino también de personas que puedan disfrutar de este deporte y empresas que se unan a los nuevos proyectos que se tienen trazados para un mejor funcionamiento como asociación.

Capítulo I

1. Diagnostico

Según Darío Rodríguez (2015) el diagnóstico de una empresa indispensable como una forma de conocer las diferentes fuerzas y procesos a la que está sometida la organización.

1.1 Objetivos del diagnóstico

1.1.1 Objetivo General

Diagnosticar los problemas y barreras de comunicación interna en los canales de comunicación utilizados actualmente en la asociación de softbol.

1.1.2 Objetivo Específico

Objetivos específicos:

- *Identificar las necesidades comunicacionales a nivel interno.
- *Determinar que canal de comunicación es el adecuado para trasladar la información de la asociación
- *Presentar una estrategia de comunicación con la cual se fortalezca y solucione los problemas encontrados en el diagnóstico.

1.2 La institución

Asociación Deportiva Nacional De Softbol De Guatemala

1.2.1 Ubicación Geográfica

5ta calle 18-00 zona 15 Vista Hermosa 1, Ciudad de Guatemala

1.2.2 Antecedentes o Historia

Corría el año 1933, cuando los infantes de marina de los Estados Unidos se encontraban en Guatemala y en sus ratos libres, se ponían a jugarlo con los guatemaltecos que viajaban constantemente a tierra estadounidense.

Estos juegos se realizaban en las instalaciones del Club Hércules y se jugaba con una pelea más grande que la actual.

En junio de 1935 se efectuó el primer campeonato organizado en Guatemala, montado por un empleado de Pan American que tenía bastante conocimiento de la evolución de este deporte ya que aprovechaba sus constantes viajes a Estados Unidos para jugar y seguir aprendiendo. Este campeonato se realizó— en los Campos de la Fuerza Aérea y participaron los siguientes equipos: Guate banco, Pan American, Texaco Politécnica Medidores y Pepsi Cola.

El primer equipo campeón fue Pan American y el primero en organizarse fue Guate banco. En junio de 1936, se jugó una cuadrangular entre los equipos de Escuela Politécnica, Azul y Blanco, Empresa Eléctrica y Fuerza Aérea, quien a la postre ganó el torneo.

El Softbol retoma su auge

El softbol retoma su auge en 1950 gracias a la realización de los VI Juegos Deportivos Centroamericanos y del Caribe en Guatemala, ya que se incluyó a nuestra disciplina deportiva como exhibición, y se designa al señor Roberto Cueto como el primer Manager de una selección Nacional.

El softbol siguió creciendo y aparecieron otros equipos como Santa Apolonia, Zorros, Hercules, Pichojos del Pontiac, Educación Física, Mediadores, Trianqueteros, Fuerza Aerea, Credito Hipotecario Nacional, Guatebanco, Ingenieros y Reporteros.

El diamante Gallo vino a facilitar que la gran cantidad de equipos existentes pudieran jugar de noche ya que gracias al industrial José Mariano Arzu este diamante gozaba con iluminación.

En este tiempo, Guatemala pasa a formar parte de la Confederación Centroamericana del Caribe de softbol, después de haber sido invitada a participar en el III Torneo Varonil del Caribe, el cual se celebró en la Colonia Guatemala, El Salvador (1972).

En el año 1974, Guatemala aceptaba jugar su primer torneo Centroamericano y del Caribe que se celebró en Panamá, bajo la dirección de Max Reyes y Gabriel Coronado. En esta selección Nacional (primera oficial), aparece como Bat boy un jovencito que llegaría al cosechar innumerables satisfacciones, tanto para él, como para Guatemala, y hoy es considerado como uno de los mejores exponentes de este deporte en Guatemala, y nuestro mejor diamante lleva su nombre, hablamos naturalmente de Carlos Cano Gómez.

En 1974 y gracias a que Guatemala es designada para montar los primeros juegos centroamericanos, se obtiene los terrenos para el nuevo diamante municipal creado en Vista Hermosa y es llamado Independencia.

En los 70's aparece la rama femenina con equipos como Deportivo Superior, Autos Pony, Edox, Klubas, Aeromapas, CDAG, Emsa y otra cantidad de equipos que abrieron la brecha a otros que han hecho historia como Texaco, Swisborning, Gelatinas Castilla, USAC, Digosa, Colegio de Abogados, Aurora, Cosmos etc,

En 1976 fue la primera participación a nivel internacional oficial para la rama femenina. 1997 fue un año excelente para las selecciones Nacionales (ambas ramas) ya que obtiene las medallas de oro en los Juegos Centroamericanos de San Pedro Sula.

Otros datos importantes:

1. Mes de diciembre 2007, se bautiza el campo de softbol de vista hermosa 1 con el nombre del dirigente Deportivo Carlos Larrañaga Gomar.

2. Mes de Marzo de 2008, Son incluidos en el Salón de la fama de la federación Internacional de Softbol, el dirigente deportivo Carlos Larrañaga Gomar y el atleta Carlos Cano Gómez.

3. Año 2010 Medalla de bronce de la selección mayor femenina en los XXI juegos centroamericanos y del caribe, realizados en el mayaguez.

4. Se ha instituido por medio de la federación internacional de softbol el día 13 de Junio para la celebración del Día Mundial de Softbol.

5. Año 2012, se tiene afiliados un total de 155 equipos, de las ramas femenina, masculina y de slowpich.

1.2.3 Departamentos o dependencias

Actualmente se cuenta con los siguientes departamentos o dependencias:

Gerencia General

Planificar, organizar, dirigir y controlar los diferentes recursos humanos, financieros y materiales de la Asociación Nacional de Softbol; con el fin de alcanzar los objetivos técnico-administrativos establecidos, promoviendo integración, cooperación, eficiencia y eficacia dentro de las direcciones.

Gerencia Técnica

Coordinar y velar por el cumplimiento del trabajo de entrenadores de Selecciones mayor y juvenil tanto femenina como masculina.

Gerencia financiera

Trabajo de todo lo relacionado a la parte contable y auditable de la Asociación Nacional de Softbol.

Gerencia de campos

Supervisor de campos y personal de mantenimiento y limpieza.

Departamento de programaciones y estadísticas

Elaborar Estadísticas, y calendarios de las ligas de la Asociación Nacional de Softbol

Departamento de relaciones públicas

Velar por buena imagen de la Asociación y tener la buena relación con los medios de comunicación para el crecimiento de la imagen y de todas las actividades realizadas por la Asociación.

Auxiliar de contabilidad

Encargado de realizar y recopilar toda la información Pública de la Asociación.

Asistente de gerencia

Asistir al Gerente General y Gerente Técnico, en todas las actividades secretariales, procesos administrativos, procesos de transporte, mensajería y procesos de compras, manteniendo un espíritu de servicio y atención a clientes internos, externos y proveedores.

Asistente de comité ejecutivo

Elaborar la correspondencia para información de resoluciones de Sesiones de Comité Ejecutivo de la Asociación Nacional de Softbol Brindar apoyo Secretarial al Director General y Miembros del Comité Ejecutivo, cuando sea solicitado.

Academia deportiva de entrenadores

Entrenar y capacitar a la selección Juvenil y Mayor masculino de Softbol.

1.2.4 Misión

Ser reconocida como una institución dedicada al fomento y desarrollo de softbol, con el trabajo que se desarrollara a largo y mediano plazo para el adelanto integral de los atletas que practican este deporte y que esto sirva como una guía para que tanto directivos y personas involucradas con el softbol se sientan identificados, comprometidos y motivados para lograr una superación a nivel nacional e internacional.

1.2.5 Visión

Ser una Asociación al servicio del deporte de softbol federado, complementar y reforzar los conocimientos de los atletas que se inician en este deporte procurando para el efecto su óptimo rendimiento con calidad y profesionalismo del recurso humano, así mismo incrementar la cantidad de atletas federados con una mayor cobertura en el área capitalino y departamental proporcionado para el efecto una mejor estructura de las áreas con las que se cuenta actualmente y proporcionar una tecnología avanzada.

1.2.6 Publico Objetivo

La asociación Nacional De Softbol de Guatemala va dirigida al público guatemalteco en general en edades comprendidas entre los 5 a 45 años interesados en practicar el deporte.

1.2.7 Organigrama



Fuente: Asociación Nacional de Softbol Guatemala

1.3 Metodología

Investigación Mixta

Enfoque cualitativo

El enfoque cualitativo según (Blasco Mira & Pérez Turpín, 2007) En la investigación cualitativa, se estudia la realidad en su contexto natural tal y como sucede, sacando e interpretando los fenómenos de acuerdo con las personas implicadas. Utiliza variedad de instrumentos para recoger información como las entrevistas, imágenes, observaciones, historias,

en los que se describen las rutinas y las situaciones problemáticas, así como los significados en la vida de los participantes.

Enfoque cuantitativo

El enfoque cuantitativo Según (Sampieri, 2014) “de una idea que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se traza un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas utilizando métodos estadísticos, y se extrae una serie de conclusiones”

Enfoque mixto

La investigación mixta es un tipo de investigación en la cual el investigador utiliza más de un método para obtener resultados. En su mayor parte, esto involucra el desarrollo de investigaciones combinando una metodología cuantitativa con una cualitativa, para así obtener resultados más extensos.

Para (John W. Creswell, 2007) los métodos de investigación mixto son una estrategia de investigación o metodología con la cual el investigador o la investigadora recolecta, analiza y mezcla (integra o conecta) datos cuantitativos cualitativos en un único estudio o un programa multifases de indagación.

1.3.1 Descripción del método

Se utilizara el método mixto ya que se tienen algunas hipótesis y preguntas acerca del problema a investigar, se estudió la realidad de la problemática en su contexto natural, sacando cada una de las hipótesis de acuerdo a lo que las personas encargadas del área de comunicación expusieron a través de las entrevistas realizadas el investigador interactúa con los informantes de un modo natural y no intrusivo.

Se explora cada uno de los problemas a profundidad identificándose con las personas que exponen los problemas para poder comprender desde el punto de vista que ellos ven las cosas.

Así mismo se realizó una encuesta en donde a través de las gráficas se pudo determinar la magnitud de los problemas que la asociación posee.

1.3.2 Técnicas e instrumentos de recolección

La selección de técnicas e instrumentos de recolección de datos implica determinar por cuáles medios o procedimientos el investigador obtendrá la información necesaria para alcanzar los objetivos de la investigación. (Barrera, 2000)

Los instrumentos utilizados para realizar el diagnóstico fueron los siguientes.

La entrevista: La entrevista, desde el punto de vista del método, es una forma específica de interacción social que tiene por objeto recolectar datos para una indagación. (Rivero, 2008)

La entrevista se realiza

La encuesta: Recogen información de una porción de la población de interés, dependiendo el tamaño de la muestra en el propósito del estudio. (Rivero, 2008)

La entrevista se realizó al presidente de la Asociación de Softbol con el objetivo de conocer a fondo la problemática.

La encuesta realizo a través de un formulario de google el cual se envió por medio de la red social de Facebook para que todos los seguidores pudieran responderla y así conocer la opinión del público en general

1.3.3. Cronograma del diagnóstico

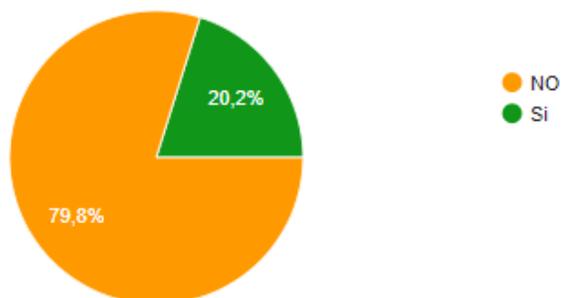
CRONOGRAMA DIAGNOSTICO				
ACTIVIDADES	FASE 1	FASE 2	FASE 3	FECHAS
Lectura de Documentos				Del 21 al 24 de Enero
Primera entrevista y visita a las instalaciones				Del 25 al 25 de Enero
Redaccion de preguntas para la 2da entrevista				Del 26 al 26 de Enero
Impresión de entrevista				Del 27 al 27 Enero
Entrega formulario de solicitud de practica al presidente de ASOSOFT				Del 28 al 28 de Enero
Entrevista presidente asosoft				Del 28 al 28 de Enero
Entrega de formulario en las oficinas EPS				Del 28 al 28 de Enero
Recopilacion de informacion para el diagnostico				Del 28 al 5 Febrero
Analisis de datos				Del 5 al 8 Febrero
Redaccion de diagnostico				Del 8 al 11 Febrero
Entrega de diagnostico				12 de Febrero

1.4 Recopilación de datos

1.4.1 Gráficas e interpretaciones del resultado de las encuestas

Grafica 1

Conoces cuáles son todas las redes sociales oficiales de la asociación

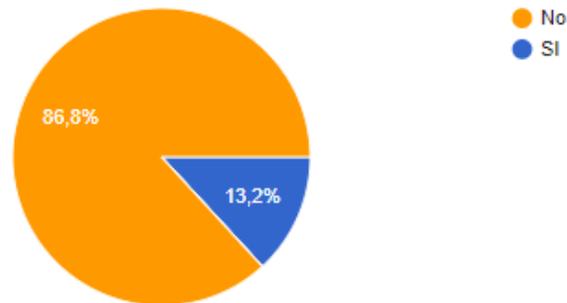


Fuente: Golón Diaz, Jacqueline Andrea, Marzo 2019

De la muestra tomada el 79.8% de los seguidores de Facebook indican que no conocen cuales son todas las redes sociales oficiales de la Asociación, mientras que un 20.2 % indica que si conoce cuales son las redes oficiales.

Grafica 2

¿Sabe con que nombre puede buscar las Redes sociales oficiales de la Asociación?

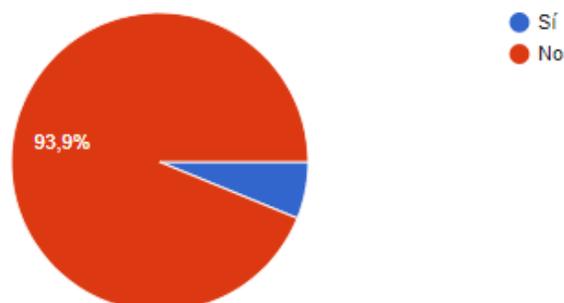


Fuente Golón Diaz, Jacqueline Andrea, Marzo 2019

Según la encuesta el 86.8% de las personas no sabe con qué nombre específico buscar en las redes sociales las cuentas oficiales de la asociación, mientras que un 13.2% si conoce los nombres de las cuentas oficiales.

Grafica 3

¿Estas suscrito al canal de Youtube?

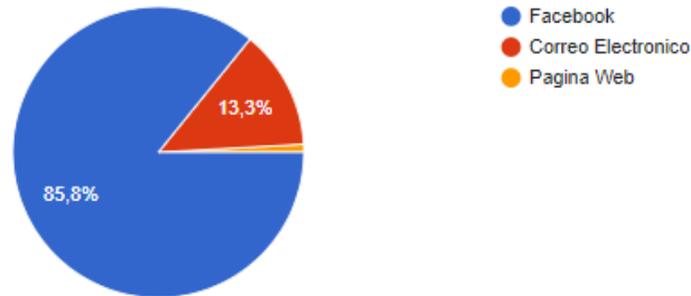


Fuente: Golón Diaz, Jacqueline Andrea, Marzo 2019

El 93.9 de los seguidores de Facebook no se encuentra suscrito al canal oficial de Youtube de la asociación.

Grafica 4

A través de que medio digital obtienes información y comunicados oficiales de la Asociación

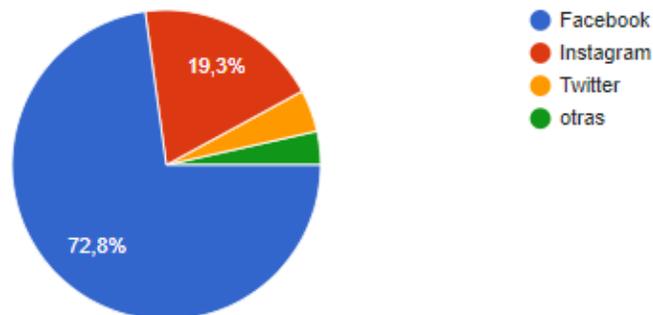


Fuente: Golón Diaz, Jacqueline Andrea, Marzo 2019

Los seguidores indican que Facebook con un 85.8% es el medio digital o red social por la cual obtienen información oficial de la asociación y un 13.3 % indico que reciben la información a través del correo electrónico

Grafica 5

¿Cual es la red social que mas utilizas?

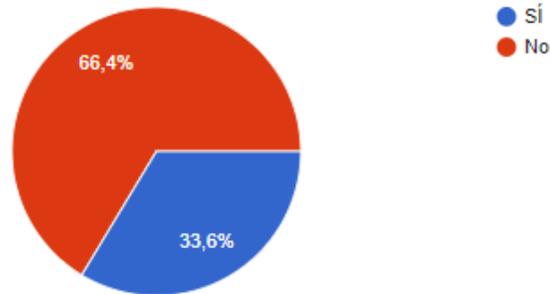


Fuente: Golón Diaz, Jacqueline Andrea, Marzo 2019

La red social que más utilizan los seguidores de la asociación es Facebook con un 72.8% seguida de Instagram con un 19.3% y las otras redes sociales se dividen un 7.9%

Grafica 6

¿Estas suscrito al Correo electrónico(Newsletter)?

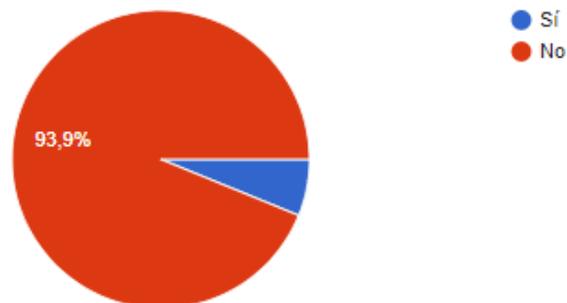


Fuente: Golón Diaz, Jacqueline Andrea, Marzo 2019

Se pudo verificar que un 66.4% de los seguidores no se encuentra suscrito al correo electrónico masivo que envía la asociación y un 33.6% indica que si está suscrito.

Grafica 7

¿Estas suscrito al canal de Youtube?

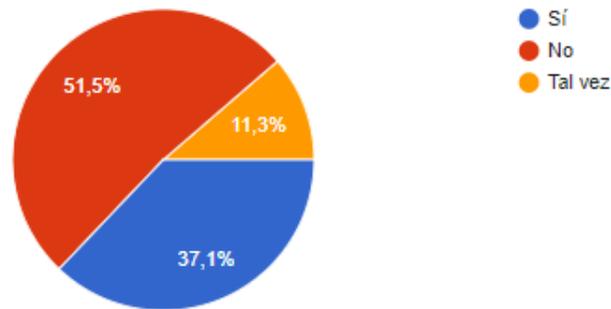


Fuente: Golón Diaz, Jacqueline Andrea, Marzo 2019

Uno de las redes sociales que posee la asociación es el canal de Youtube según los resultados un 93.9% no se encuentra suscrito al canal y un 7.1% indico que si se encuentra suscrito

Grafica 8

¿Te gusta el diseño de los comunicados en el Correo electronico (Newsletter) ?

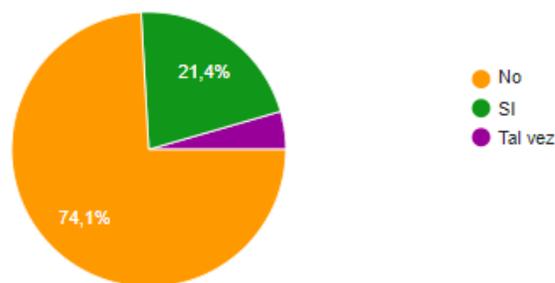


Fuente: Golón Diaz, Jacqueline Andrea, Marzo 2019

Un 51.5% de los miembros de la asociación no les gusta el diseño de los comunicados en el correo electrónico por otro lado un 37.1% indica que si les gusta y a un 11.3% no están seguros.

Grafica 9

¿Te gusta el diseño de los post, afiches y portadas de Facebook?



Fuente: Golón Diaz, Jacqueline Andrea, Marzo 2019

La grafica muestra que a un no les guasta a 74.1% el diseño de los post, afiches y portadas de Facebook , un 21.4% indica que si les gusta el diseño.

1.4.2 Ficha de la entrevista



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



FICHA ENTREVISTA 1 ASOSOFT
Asociación Nacional de Softbol de Guatemala

Nombre _____

Cargo que ocupa _____

Fecha: _____

Esta entrevista tiene como objetivo principal conocer cómo se encuentra actualmente la comunicación externa de la asociación nacional de softbol de Guatemala siendo esta el punto de partida dentro del diagnóstico

1. ¿Poseen departamento de comunicación?
2. ¿Cuáles son las funciones que realiza la persona encargada de la comunicación?
3. ¿Cuáles son los canales o medios de comunicación que utilizan?
4. ¿Cuál es el canal oficial para comunicar alguna información?
5. ¿Poseen algún reglamento para la comunicación que se transmite?
6. ¿Poseen equipo audiovisual?
7. ¿Se ha capacitado al personal de comunicación sobre el uso correcto de las redes sociales?

1.4.3 Resultados de la entrevista

A través de la observación directa se visualizó un panorama más amplio con respecto a comunicación externa, analizando y cada uno de los canales y la metodología que se utiliza en la asociación. Así mismo en las conferencias de prensa se observó la falta de cobertura por parte de los medios de comunicación.

La entrevista realizada a Hector Sazo Presidente de la Asociación, dio como resultado conocer como la asociación ha perdido presencia en los medios de comunicación masivos y la falta de compromiso por parte del encargado del área de comunicación, expuso las debilidades y la falta de actualización de los canales que poseen por lo que la información que se transmite no está teniendo el impacto deseado, así mismo la carencia de un plan estratégico que les permite tener una comunicación efectiva.

La carencia de equipo audiovisual y la falta de capacitación para un buen uso correcto de los canales. Se ha perdido la credibilidad de todo lo que publican ya que no poseen una línea grafica o algo que caractericé las publicaciones como propias de la asociación. El abandono y falta de actualización de los canales han hecho que la información que se publica a través de ellos pierda el impacto que se necesita obtener.

1.5. Radiografía de la institución FODA

1.5.1. Fortalezas

FORTALEZAS
1. Poseen canales de comunicación
2. Base de datos con correo electrónicos de todos los deportistas
3. Interés por tener una comunicación efectiva
4. Disposición de mejorar los canales de comunicación
5. Promueven el deporte a través de diversas actividades
6. Creación de una memoria de labores
7. Trabajar con una visión a largo plazo para atender los problemas.
8. Fomentan la armonía, la solidaridad y la ayuda mutua para un mejor desempeño

1.5.2. Oportunidades

OPORTUNIDADES
1. Informar sobre cada proyecto que se está realizando
2. Informar de forma detallada cada cambio e implementación que se realiza.
3. Posibilidad de crear alianzas con patrocinios para los deportistas
4. Informar sobre todos los logros individuales y por equipos
5. Reforzar y actualizar los canales de comunicación existentes.

1.5.3. Debilidades

DEBILIDADES
1. No poseen un plan de comunicación
2. No existe un compromiso por parte de la persona encargada de comunicación.
3. Falta de comunicación con el público en general.
4. No se le ha dado el uso adecuado a las redes sociales.
5. Carecen de una línea grafica que los identifique como asociación.
6. Falta de actualización de la página web.

1.5.4. Amenazas

AMENAZAS
1. Perder la credibilidad de cada información que se publica.
2. Los correos electrónicos masivos pueden no dejar clara la información.
3. Caer en un desprestigio para la asociación por difamación en redes sociales.
4. No todos los deportistas de la asociación están actualizados con el uso del internet.

CAPITULO II

2. Plan de comunicación

2.1. Antecedentes comunicacionales

La asociación de Softbol de Guatemala a lo largo de los años ha manejado la comunicación tanto interna como externa de una forma superficial y no cuenta con algún antecedente comunicacional debido a que nunca se había realizado un diagnóstico dentro de la asociación por lo que carecen de un plan de comunicación establecido para poder transmitir la información de una forma eficiente.

2.2. Objetivos de comunicación

2.2.1. Objetivo General

Fortalecer y renovar los canales de comunicación interna de la Asociación de Softbol de Guatemala.

2.2.2. Objetivos específicos

- *. Renovar la imagen institucional de ASOSOFT.
- * Reforzar los canales de comunicación ASOSOFT.
- * Elaborar material digital e impreso para promocionar y dar a conocer los canales oficiales de la asociación.
- * Capacitar al personal en el uso de los programas de diseño.

2.3. Público objetivo

Hombres y mujeres con edades comprendidas entre 7 a 65 años que tengan acceso a internet y a las redes sociales que practican o desean practicar deporte de alto rendimiento o deporte recreativo.

2.4. Mensaje

El mensaje que se quiere transmitir es que la asociación de Softbol desea renovar sus canales de comunicación para poder transmitir toda la información, acciones y noticias de una forma, moderna, profesionalizada fácil y sencilla, pudiendo acceder a ella por medio de un click desde la comodidad de sus hogares, trabajos o lugar en donde se encuentre el público objetivo.

“Softbol te informa con solo un click”

2.5. Estrategia

La estrategia de “Campaña digital informativa” pretende presentar una nueva imagen institucional de la Asociación de Softbol de Guatemala a través de sus canales de comunicación y así favorecer a los jugadores, entrenadores, directivos y público en general facilitándoles la información de su interés de manera práctica e inmediata.

2.6. Acciones de comunicación

Acción 1. Fortalecimiento de imagen institucional	
A qué estrategia responde la acción	Campaña digital informativa
Problema	Reforzar la credibilidad de la información que se publica.
Producto	Creación de imagen institucional
Objetivo Comunicacional	Por medio de una línea grafica el público objetivo podrá identificar fácilmente toda la información oficial de la asociación.
Público objetivo	Interno
Medio de difusión	Redes sociales, Emailing,

Acción 2. Renovación de Redes sociales con nueva imagen	
A qué estrategia responde la acción	Campaña digital informativa
Problema	Renovar las redes sociales con la implementación de campañas informativas.
Producto	Diseño de material, para campañas de comunicación digital(portadas, afiches, videos)
Objetivo Comunicacional	Fortalecer los canales de comunicación, e informar a través de ellos. Creando campañas para dar a conocer los canales oficiales de la asociación y dar a conocer el deporte y las acciones realizadas por la presente administración a la población guatemalteca. Renovación de la imagen del correo electrónico masivo
Público objetivo	Externo
Medio de difusión	Redes sociales, pagina Web institucionales

Acción 3. Campaña informativa Softbol	
A qué estrategia responde la acción	Campaña digital informativa
Problema	La persona encargada del área carece del conocimiento en programas de diseño y en uso del correo electrónico masivo
Producto	Capacitación Persona encarga de Redes sociales y comunicación.
Objetivo Comunicacional	Introducción de que horarios y tamaños son los correctos para los post que se publican en redes sociales, días y horarios en que se deben enviar los correos masivos y el uso de plantillas de Photoshop
Público objetivo	Externo
Medio de difusión	Redes sociales ,pagina web, correo masivo

Acción 4. Creación de material impreso	
A qué estrategia responde la acción	Campana digital informativa
Problema	Los visitantes y población en general que visitan los campos de softbol desconocen las redes oficiales de la asociación.
Producto	Diseño de mantas vinílicas de 2.40 x 5mts
Objetivo Comunicacional	Dar a conocer los canales de comunicación y redes sociales oficiales de la asociación
Público objetivo	Externo
Medio de difusión	Espacios publicitarios de los campos de softbol en vista hermosa vinílica adhesiva 2.40 x 6mts

CAPITULO III

3. Informe de ejecución

3.1 Proyecto desarrollado

3.1.1 Financiamiento

El financiamiento del proyecto fue absorbidos de forma parcial por la Asociación y por el epeista, en dicho financiamiento se realizó la impresión de 2 mantas vinílicas de 2.4 x 6mts con la información de las redes oficiales de la asociación las cuales fueron colocadas en los campos de vista Hermosa

3.1.2 Presupuesto

Cantidad	Descripción	Costo unitario	Costo total	Financiamiento
2	Impresión y colocación vinílicas	Q551	Q1102.00	ASOSOFT
37	Pasajes y alimentación	Q40.00 diarios	Q.1480.00	Epesista
	Asesoría Comunicacional	Q16,0000	Q16,000.00	Epesista
		Total	Q19,430.00	

3.1.3. Beneficiarios

Miembros y colaboradores de la Asociación Nacional de Softbol de Guatemala

3.1.4. Recursos Humanos

Personal administrativo y relacionista público el cual tiene acceso y manejo de todas las redes sociales oficiales de la asociación.

3.1.5. Áreas Geográficas de acción

5ta calle 18-00 zona 15 Vista Hermosa 1, Ciudad de Guatemala

3.2. Estrategias y acciones desarrolladas

Como estrategia se plantea la creación y renovación de la imagen institucional de la Asociación Nacional de Softbol de Guatemala, por medio de campañas digitales dar a conocer las redes sociales oficiales, creando material digital como lo son plantillas de diseño en Photoshop para poder ser utilizadas en las diferentes redes sociales y correo electrónico masivo de la asociación.

Así mismo la capacitación del personal para poder utilizar las plantillas, el uso correcto de las redes sociales y el envío de correos masivos.

Bocetos de los productos a utilizar

A) Creación imagen institucional en canales digitales

Objetivo comunicacional: Creación de nuevas campañas y artes con los cuales transmitan la información oficial, noticias y avisos de la asociación con los colores institucionales preestablecidos para que los seguidores puedan reconocer de forma inmediata cada publicación que se realiza.

Medidas: 1200 x 12000 Pixeles , 815 x 315 Pixeles

Resolución 300

Material: Post , Portadas

Tiraje: 15 Plantillas

Forma de distribución del material: Por medio de la Red social Facebook, Correo electrónico.



Fuente Golón Diaz, Jacqueline Andrea Portada Facebook Nueva imagen institucional

An infographic with a dark blue background and a large, semi-transparent question mark. At the top, the text "¿SABIAS QUE?" is written in a large, white, bold, sans-serif font. Below this, the following text is displayed in a smaller, white, bold, sans-serif font: "En el año de 1982 la seleccion femenina de Softbol de Guatemala obtiene el 9no. lugar en el mundial de Taipei donde compitieron 24 paises. Por este logro la seleccion fue premiada por la ACD como 'El mejor equipo de conjunto del año'". In the bottom left corner, there is a circular logo for the "Asociación Deportiva Nacional de Softbol" (ASOSOFT), which includes a silhouette of a player in action and the acronym "ASOSOFT" below it.

Fuente Golón Diaz, Jacqueline Andrea Campaña ¿sabias que?



Fuente Golón Diaz, Jacqueline Andrea : Avisos de informacion oficial softbol

B) Campaña síguenos en Facebook

Objetivo comunicacional: Dar a conocer las redes sociales y canales oficiales de la Asociación

Medidas: 1200 x 12000 pixeles

Resolución 150

Material: Post

Tiraje: 5 Unidades

Forma de distribución del material: Por medio de la red social Facebook



Fuente Golón Diaz, Jacqueline Andrea



Fuente Golón Diaz, Jacqueline Andrea

C) Vinflica

Objetivo comunicacional: Dar a conocer las redes sociales y canales oficiales de la Asociación a los jugadores y público en general que visitan los campos de softbol

Medidas: 2.40 x 6 mts

Resolución 300

Material: Vinflica

Tiraje: 2 Unidades

Forma de distribución del material: Colocación en los 2 campos de softbol de Vista hermosa



Fuente Golón Diaz, Jacqueline Andrea

D) Renovación Correo electrónico

Objetivo comunicacional: Renovar el diseño del envío masivo con los colores institucionales establecidos para que capte la atención de los usuarios al momento de abrir el correo.

Medidas: 3500*6000pixeles

Resolución 300

Material: Plantilla Digital

Tiraje: 5 plantillas

Forma de distribución del material: Envió masivo en el correo electrónico 1 por semana.



¡Ya contamos con agua potable en Ciudad San Cristóbal!

La Asociación Deportiva Nacional de Softbol –ASOSOFT– da un paso más hacia adelante con el proyecto de construcción del campo de softbol en el futuro complejo deportivo de Ciudad San Cristóbal y se convierte en la primera disciplina deportiva en contar con agua potable, que servirá para la ejecución de los siguientes pasos de la obra.



El vital líquido fue instalado gracias a las gestiones del actual Comité Ejecutivo de la ASOSOFT, en especial de su presidente, Héctor Sazo, en colaboración con la Municipalidad de Mixco.



El pasado 17 de mayo, el personal administrativo de la Asociación acompañó al Presidente de la ASOSOFT al lugar donde será construido el campo de softbol para ser partícipes del feliz acontecimiento histórico.



“La importancia del agua es que nos permite hacer los trabajos que nos harán posible el diseño, la construcción y el mantenimiento y darle la bienvenida a los deportistas con los servicios básicos”, indicó el máximo jerarca de la Asociación.



El proyecto del complejo deportivo en Ciudad San Cristóbal vendrá a beneficiar a miles de niños y jóvenes del municipio de Mixco y sus alrededores.

E) Charla capacitación

CHARLA CAPACITACION

Actividad	Objetivo
Inducción uso correcto redes sociales y plantillas de Photoshop	Como utilizar de una forma correcta las redes sociales y las publicaciones que en estas mismas se realicen, saber utilizar las plantillas de diseño de photoshop, establecida para la nueva línea gráfica

Agenda	
Hora:	2:00 a 5:00pm
Lugar:	5ta calle 18-00 zona 15 Vista Hermosa 1
Espositor:	Jacqueline Golon
Tema	Redes sociales y plantillas de Diseño en Photoshop

Fuente Golon Diaz, Jacqueline Andrea

3.3. Cronograma de actividades

CRONOGRAMA PLAN DE COMUNICACIÓN					
ACTIVIDADES	Acción 1	Acción 2	Acción 3	Acción 4	FECHAS
Creación artes de la nueva linea grafica imagen institucional					Del 15 al de 26 Mayo
Renovacion Diseño correo electronico					Del 27 de Mayo al 2 de Junio
Renovar diseño de post de facebook					Del 3 al 16 de Junio
Diseño de artes para envio masivo en correo electronico					Del 17 al 18de Junio
Creacion 1 video de memoria de labores 2018 eje de desarrollo					Del 19 al 25 Junio
Diseño de afiches y material digital para renovar redes sociales					Del 25 Junio al 2 de Julio
Creacion y campaña sigueños en Facebook					Del 2 Julio al 10 Julio
Diseño y colocacion manta vinilica con la informacion de los canales oficiales					Del 10 al 12Julio
Capacitación al personal para uso de las plantillas de Photoshop					Del 13 al 15 Julio

3.4. Control y seguimiento

El presidente deberá verificar si se están cumpliendo los objetivos que se plantearon en las estrategias del plan de comunicación, a través de una bitácora en donde la persona encargada de las redes sociales deberá de cumplir con las fechas que se establecieron para la implantación de cada campaña.

ESTRATEGIA

Se creó una nueva imagen institucional y renovar toda la parte grafica de los canales de comunicación de la asociación refrescando la percepción, así mismo se crearon 2 campañas, la primera para dar a conocer todos los canales de comunicación oficiales de la asociación a través de las redes sociales, la segunda para dar a conocer los trabajos realizados durante los años de gestión de la presente directiva.

INDICADORES CUANTITATIVOS

La primera campaña se realizara durante 2 semanas en las redes social cuyo alcance es de 20,000 personas aproximadamente así mismo la colocación de 2 mantas vinílicas en los campos de softbol impactando a un promedio de 2000 personas mensualmente se espera tener de las redes, la segunda campara para dar a conocer las acciones de trabajo, se realizara durante 2 meses con una publicación a la semana en donde se alcanzara a 10,000 personas por publicación aproximadamente.

INDICADORES CUALITATIVOS

Se espera que se puedan recibir a través de las plataformas digitales al momento de lanzar las campaña

Conclusiones

La Asociación Nacional de Softbol de Guatemala no contaba con una imagen institucional establecida y todas sus publicaciones en sus canales de comunicación no eran muy atractivas, por lo que se realizó la implementación de una nueva línea gráfica, renovando totalmente sus post y portadas para darle un toque de innovación y estar a la vanguardia de las nuevas tecnologías.

El correo electrónico masivo se utilizaba de una forma incorrecta ya que toda la información que se enviaba se colocaba sin establecer alguna plantilla determinada por lo que los colores, el texto y tamaños de las imágenes no llevaban un orden preestablecido y no se adaptaba para poder ser enviado a través de dispositivos móviles, por lo que se crearon diferentes plantillas en las cuales se maneja un tamaño estandarizado de las imágenes, texto y colores preestablecidos por la asociación.

Según las encuestas más del 50% de las personas desconocen los nombres y cuáles son los canales oficiales digitales de la asociación por lo que trabajo en la creación de la campaña síguenos en la cual se realizó diseños para dar a conocer los canales oficiales de la asociación, así mismo se creó la campaña ¿sabías que? En donde se da a conocer a través de post de Facebook las acciones realizadas por la actual administración y todos los beneficios en pro del softbolista que se han trabajado durante todos estos años de gobernación.

La Asociación Nacional de Softbol reconoció la importancia de tener un plan de comunicación dentro del cual se trabaje la imagen institucional de todos sus canales de comunicación, ya que es la forma con la que se presenta ante el público y esta debe de ser de una forma profesional e innovadora para que las personas puedan reconocer la información oficial inmediatamente, así mismo reconoció la falta capacitación por parte del personal para el uso de los programas de diseño y uno de sus objetivos principales es que su personal se pueda mantener actualizado en lo último de las tecnologías y esto se vea reflejado al momento de realizar las publicaciones en los canales de comunicación.

Recomendaciones

Realizar sus propios diseños en los post que se realicen en Facebook manteniendo siempre una misma línea grafica que los seguidores puedan identificar de una forma inmediata, manteniendo siempre actualizada esta red social ya que es el medio con mayor impacto de todos los canales de comunicación que posee la asociación.

Planificar a través de una calendarización el envío de todas las notas e información que se transmite por medio del correo electrónico masivo estableciendo días determinados en los cuales se puede mandar la información y así alcanzar mayor impacto en los usuarios.

Crear diferentes campañas publicitarias en donde puedan transmitir la información de una forma atractiva e innovadora, con las cuales se pueda interactuar conocer la opinión de los seguidores.

Realizar capacitaciones constantes al personal para el uso de los diferentes programas de diseño y audiovisual.

Glosario de términos

Antecedentes: Puede utilizarse para hablar de una circunstancia o acción que sirve como referencia para comprender con mayor exactitud un hecho posterior.

Campaña: Conjunto de actos, medidas y esfuerzos que se ponen en práctica para conseguir un fin

Carencia: Falta o privación de alguna cosa.

Credibilidad: Lo tanto, hace referencia a la capacidad de ser creído. No está vinculado a la veracidad del mensaje, sino a los componentes objetivos y subjetivos que hacen que otras personas creen (o no) en dichos contenidos.

Comunicación: Es un proceso de intercambio de información, en el que un emisor transmite a un receptor algo a través de un canal esperando que, posteriormente, se produzca una respuesta de dicho receptor, en un contexto determinado.

Desprestigio: Falta de credibilidad y buena fama.

Diagnóstico: Proceso de reconocimiento, análisis y evaluación de una cosa o situación para determinar sus tendencias, solucionar un problema o remediar un mal.

Difundir: Extender por todas partes, esparcir ampliamente.

Digital: Se usa comúnmente para referirse a todos aquellos sistemas que representan, almacenan o usan la información en sistema binario, esto es, a casi todos los aparatos electrónicos e informáticos que nos rodean actualmente.

Ejecución: Realización de una acción, especialmente en cumplimiento de un proyecto, un encargo o una orden.

Encuesta: Las encuestas son un método de investigación y recopilación de datos utilizadas para obtener información de personas sobre diversos temas.

Entrevista: Una entrevista es un intercambio de ideas, opiniones mediante una conversación que se da entre una, dos o más personas donde un entrevistador es el designado para preguntar.

Fomentar: Hacer que una cosa aumente su intensidad o su actividad.

Hipótesis: Enunciado que se realiza de manera previa al desarrollo de una determinada investigación.

Impacto: Impresión o efecto intenso producido en una persona por una acción o suceso.

Interactuar: Ejercer una interacción o relación recíproca, especialmente entre un ordenador y el usuario.

Monitoreo: Supervisar o controlar; observar algo verificándolo.

Organigrama: Representación gráfica de la estructura de una empresa o una institución, en la cual se muestran las relaciones entre sus diferentes partes y la función de cada una de ellas, así como de las personas que trabajan en las mismas.

Presupuesto: Cálculo anticipado del coste de una obra o un servicio.

Proyecto: Idea de una cosa que se piensa hacer y para la cual se establece un modo determinado y un conjunto de medios necesarios.

Público objetivo: Es un recorte demográfico y conductual de un grupo de personas que la empresa elige como futuros clientes de tu producto o servicio.

Reforzar: Aumentar la fuerza o la eficacia de una cosa.

Seguidores: Que sigue la evolución o el desarrollo de una persona o cosa de la cual es partidario.

Subscribirse: Abonarse para recibir una publicación periódica.

Transmitir: Hacer llegar a una persona una información, un mensaje o una noticia..

Bibliografía

- Barrera, J. H. (2000). *Metodología de la investigación Holística* . Caracas, Venezuela: Sypal.
- Blasco Mira, J. E., & Pérez Turpín, J. A. (2007). *METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN EN LAS CIENCIAS DE LA ACTIVIDAD FÍSICA Y EL DEPORTE: AMPLIANDO HORIZONTES*. España: Editorial Club Universitario.
- John W. Creswell, A. T. (2007). *Differing Perspectives on Mixed Methods Research*. Thousand Oaks, California, Estados Unidos: Sage publications.
- Mansilla, D. R. (2015). *Diagnostico Organizacional* . Chile: Ediciones UC.
- Rivero, D. S. (2008). *Metodología de la investigación* . Shalom.
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la investigación* . Mexico: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A.
- Vivas, M. (abril de 2016). *Ventajas y Desventajas de las Plataformas Virtuales*. . Obtenido de <http://plataformaseducvirtual.blogspot.com/p/v.html>

E grafía

<http://www.matrizfoda.com/dafo/>

<https://es.thefreedictionary.com>

<https://www.claseejecutiva.com/wp-content/uploads/2015/07/Desarrollo-2.pdf>

Enciclopedia de Clasificaciones (2017). "Tipos de encuestas". Recuperado de: <http://www.tiposde.org/escolares/123-tipos-de-encuestas/>

Anexos



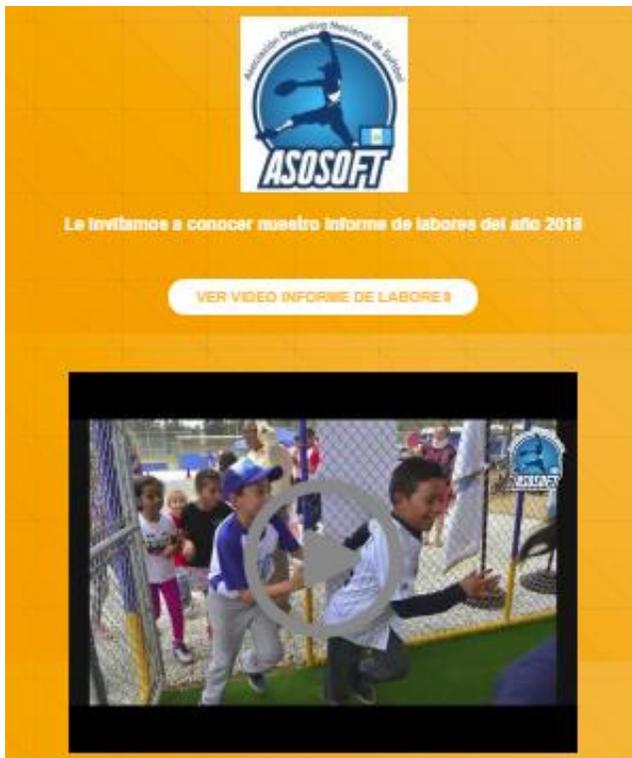
Fuente Golon Diaz, Jacqueline Andrea, Fotografías Oficinas centrales ASOSOFT



Fuente: Golon Diaz, Jacqueline Andrea, Fotografías Oficinas centrales ASOSOFT



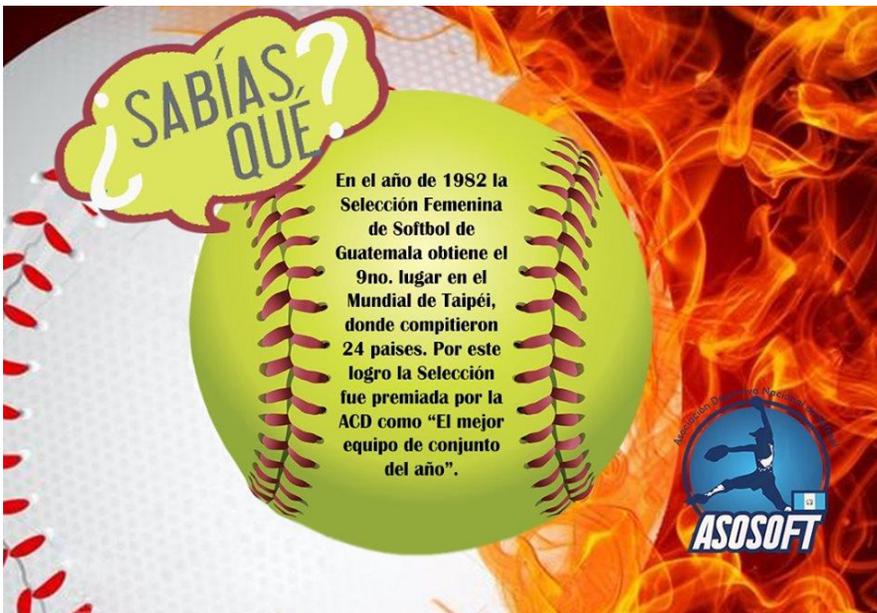
Fuente: Golon Diaz, Jacqueline Andrea, Fotografías Oficinas centrales ASOSOFT



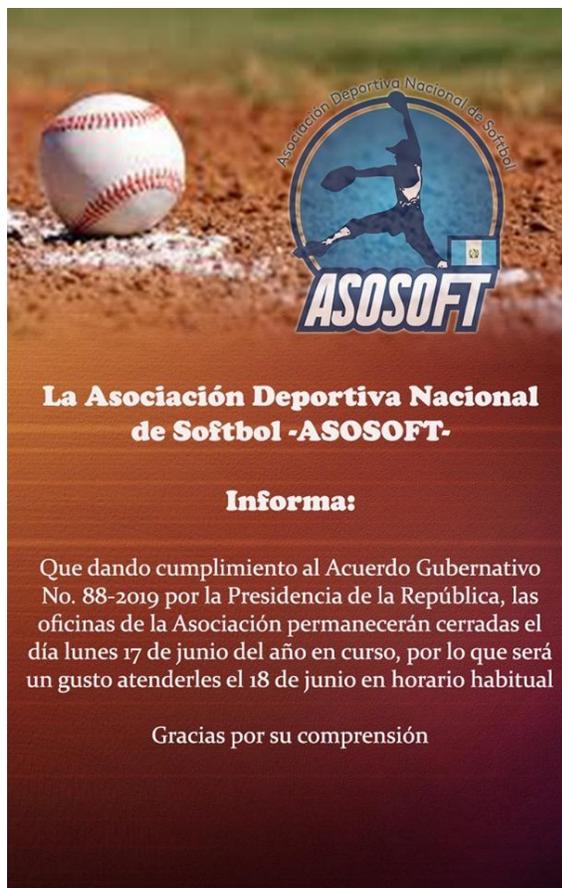
Fuente: Asociación Nacional de Softbol, diseño de Correo electrónico masivo



Fuente: Asociación nacional de Softbol, portada Facebook Softbol



Fuente: Asociación nacional de Softbol post Facebook ¿sabías que?



Fuente: Afiche informativo Softbol



Fuente Golon Diaz Jacqueline Andrea, Reunión revisión de proyecto



Fuente: Golon Diaz, Jacqueline Andrea, Capacitación Personal



Fuente: Golon Diaz, Jacqueline Andrea, Entrega proyecto EPS

Vaciado entrevista



EPS
LICENCIATURA

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la comunicación

FICHA ENTREVISTA 1 ASOSOFT

Asociación Nacional de Softbol de Guatemala



Nombre Hector Rubén Sazo Hernandez

Cargo que ocupa: Presidente asociación Softbol

Fecha: 12 de Febrero

Esta entrevista tiene como objetivo principal conocer cómo se encuentra actualmente la comunicación externa de la asociación nacional de softbol de Guatemala siendo esta el punto de partida dentro del diagnóstico

1. ¿Poseen departamento de comunicación?

Si

2. ¿Cuáles son las funciones que realiza la persona encargada de la comunicación?

Postear la formación en facebook, boletines, fotos de equipos y series finales, organizar y convocar conferencias entrevistas.

3. ¿Cuáles son los canales o medios de comunicación que utilizan?

Facebook y por servicio de correo masivo

4. ¿Cuál es el canal oficial para comunicar alguna información?

Correos masivos ASOSOFT informa por medio de la página y facebook

5. ¿Poseen algún reglamento para la comunicación que se transmite?

No se tiene ningún reglamento dentro de la asociación

6. ¿Poseen equipo audiovisual?

Cañonera, cámara fotografica

7. ¿Se ha capacitado al personal de comunicación sobre el uso correcto de las redes sociales?

Solo en redes sociales.



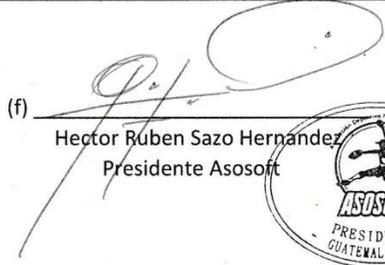
Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
 Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2019

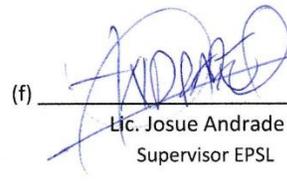


Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Jacqueline Andrea Golón Diaz
No. Carné y DPI: 201400430/2572447000101
Jefe o Encargado (a): Perito Contador, Héctor Rubén Sazo Hernández
Institución o Empresa: Asociación Nacional de Softbol de Guatemala
Supervisor de EPSL: Lic. Josue Andrade

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 15 / Al: 17	Mayo		8	8	8	8		32 hrs.
2	Del: 21 / Al: 24	Mayo		8	8	8	8		32hrs
3	Del: 28 / Al: 1	Mayo		8	8	8	8		32hrs
4	Del: 4 / Al: 7	Junio		8	8	8	8		32hrs
5	Del: 11 / Al: 14	Junio		8	8	8	8		32hrs
6	Del: 18 / Al: 21	Junio		8	8	8	8		32hrs
7	Del: 25 / Al: 28	Junio		8	8	8	8		32hrs
8	Del: 1 / Al: 5	Julio		8	8	8	8		32hrs
9	Del: 8 / Al: 12	Julio		8	8	8	8	4	36hrs
10	Del: 15 / Al: 19	Julio				8			8hrs
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									300hrs

(f) 
 Hector Ruben Sazo Hernandez
 Presidente Asosoft


(f) 
 Lic. Josue Andrade
 Supervisor EPSL
