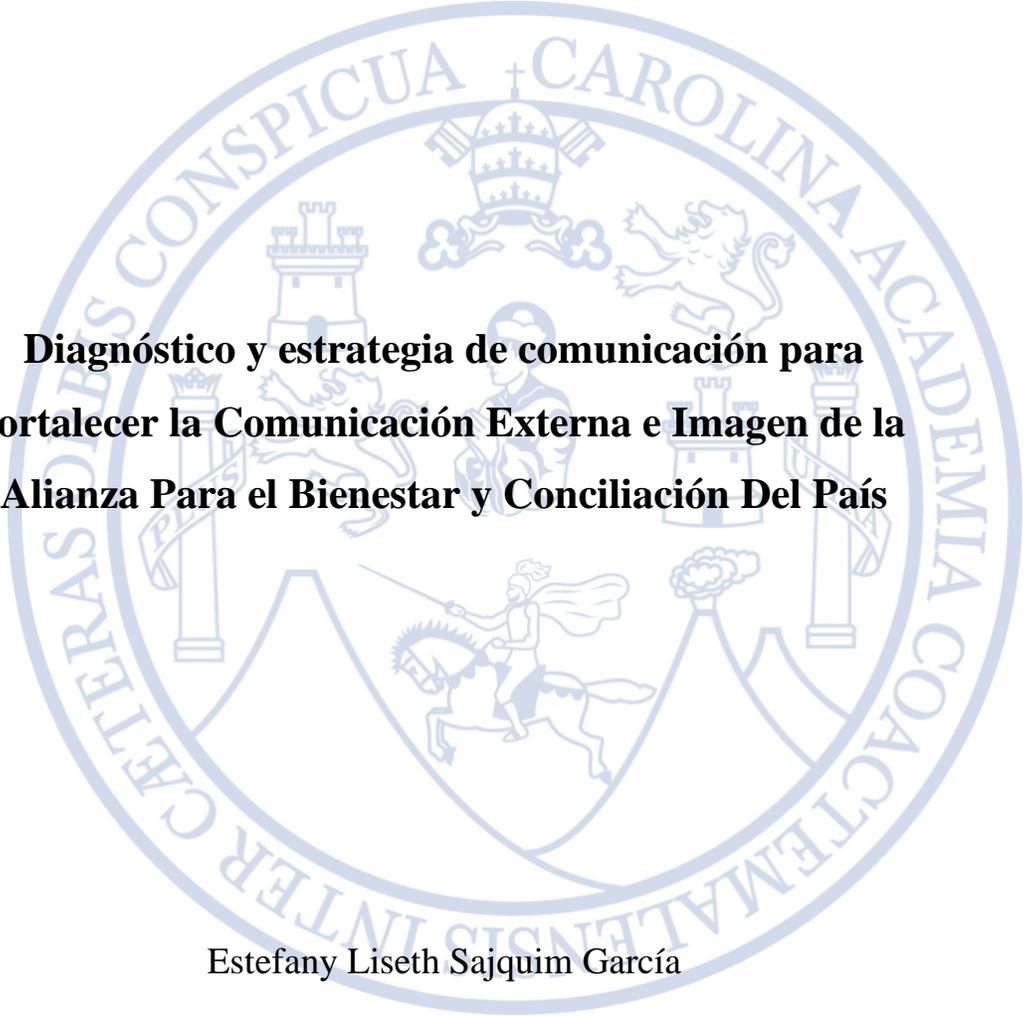


Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

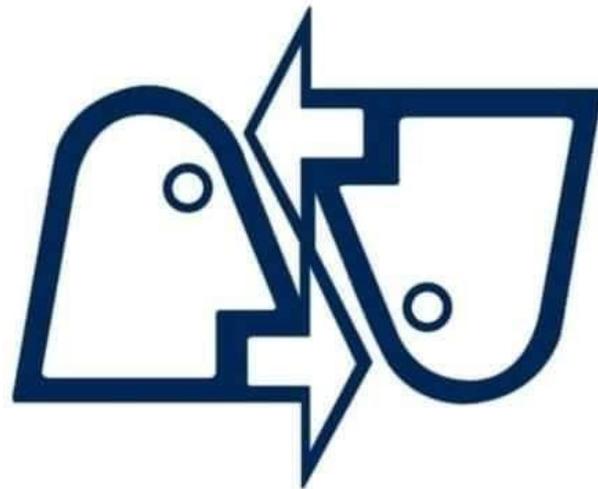


**Diagnóstico y estrategia de comunicación para
fortalecer la Comunicación Externa e Imagen de la
Alianza Para el Bienestar y Conciliación Del País**

Estefany Liseth Sajquim García

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Guatemala, 2020



Comunicación
creando futuro

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

**Diagnóstico y estrategia de comunicación para fortalecer la
Comunicación Externa e Imagen de la Alianza Para el
Bienestar y Conciliación Del País**

Estefany Liseth Sajquim García

Previo a optar el título de:
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Asesora:

M.A. Evelin Hernández

Guatemala, 2020

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

Director

Lcdo. César Augusto Paiz Fernández

Consejo Directivo

Representantes Docentes

M.A. Gustavo Alfonso Yela Fernández

M.A. Silvia Regina Miranda López

Representantes Estudiantiles

Gabriela Eugenia Menegazzo Cu

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representante de Egresados

M.Sc. Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes

Secretario

M.A. Héctor Arnoldo Salvatierra

Comisión de EPS de Licenciatura

Coordinador

Dr. José María Torres Carrera

Supervisora

M.A. Evelin Morazán Gaitán

Supervisor

Lcdo. Luis Fernando Lucero

Supervisor

M.A. Marvin Sarmientos Yuman

Supervisora

M.A. Evelin Hernández

Supervisora

Lcda. Krista María Ramírez

Supervisora

Lcda. Brenda Yanira Chacón Arévalo

Supervisores

Lcdo. Mynor René Martínez y

M.A. Edgar Martínez García



Guatemala, octubre 16 de 2020

Estudiante Epesista de Licenciatura
Estefany Liseth Sajquim García
Cané no. 201413481
Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Luego de evaluado su trabajo académico impreso y de manera virtual titulado: **“Diagnóstico y estrategia de comunicación para fortalecer la comunicación externa e imagen de la Alianza para el Bienestar y Conciliación del País.”** Y de haber sustentado el examen privado y defensa de su proyecto de EPS de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, se aprueba por Unanimidad por parte del Tribunal Examinador. Se autoriza el trabajo final en el Acta de cierre respectiva e impresión de su trabajo final de EPSL en un número de 5 ejemplares impresos que deberá entregar a las instancias respectivas indicadas; así como 3 CD's con el documento incluido con el formato PDF los cuales deberá entregar a la Biblioteca Flavio Herrera, Biblioteca Central y a la Coordinación de EPSL de la E.C.C.

Sin más que hacer constar:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

M.A. Evelin Hernández
Supervisora

M.A. Evelyn Morazán
Supervisora

Dr. José María Torres Carrera
Coordinador





Guatemala 1 de Junio del 2020
EPSL-C11-2020

Licenciada:
Mishel Ramírez
Jefe de Recursos Humanos
Asociación Alianza para el bienestar y la Conciliación del País.
Ciudad Guatemala.

Distinguida Licenciada Ramírez:

Por medio de la presente se solicita aceptar como practicante del programa de graduación del EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, a la estudiante **Estefany Liseth Sajquim García**, carné no. **201413481** quién manifestó su deseo de hacer Práctica Supervisada en su institución, para el efecto se requiere lo siguiente:

- Extenderle, por favor una carta de aceptación y trabajar por *medios electrónicos y plataformas virtuales*.
- Facilitarle los materiales para hacer su práctica.
- Aceptar que dentro del Plan y Estrategia de Comunicación del 2020 de su institución, y que el estudiante tenga la oportunidad de hacer un diagnóstico con *medios electrónicos o plataformas virtuales*, elaborar un plan y ejecutar una estrategia, que ayude al proceso de comunicación Interna o Externa de su institución.
- Autorizar que se supervise el Ejercicio Profesional –EPSL. cuando las condiciones sanitarias lo permitan por la emergencia Sanitaria actual por el COVID-19.
- Que se autorice el informe final de resultados de dicha investigación.

Atentamente,



Dr. José María Torres Carrera
Coordinador EPS Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

cc. Archivo
MA. Evelin Morazán

Escuela de Ciencias de la Comunicación
Edificio M2, Ciudad Universitaria USAC
Zona 12, Ciudad de Guatemala, C.A.

www.comunicacion.usac.edu.gt

(502) 2418-8920





Alianza para el Bienestar y la Conciliación del País



Guatemala, 13 de Julio de 2019

Dr. José María Torres
Coordinador de EPS de Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Distinguido Dr. Torres:

Por este medio, cordialmente me dirijo a usted, para hacer de su conocimiento que a la alumna Estefany Liseth Sajquim García, estudiante de la Universidad de San Carlos de Guatemala de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, identificada con el carné 201413481 y CUI 2832412090101, se le ha autorizado realizar su Ejercicio Profesional Supervisado en la Asociación Alianza para el Bienestar y Conciliación del País, y el Observatorio Nacional de Garantías Constitucionales y Derechos Humanos.

De igual manera para que pueda poner en marcha el desarrollo de su proyecto dentro de la entidad, por lo que se le extiende esta carta de aceptación para trabajar por medios electrónicos y plataformas virtuales.

Sin otro particular reciba un cordial saludo de nuestra parte,

Atentamente,

Lic. Jorge Herrera

Director General

1ERA AVENIDA 10-43 ZONA 10, EDIFICIO MONTYS OFICINA 3B, CIUDAD DE GUATEMALA.



2334-6159

M consejoconsultivoabc@gmail.com

Para efectos legales, únicamente la autora es responsable del contenido del presente trabajo.

DEDICATORIA

- A Dios: Por darme la oportunidad de alcanzar mis objetivos y la sabiduría para poder lograrlo.
- A mi familia: Por todo su apoyo y comprensión en todo momento, y ser la fuente de mi inspiración.
- A mis catedráticos y asesores: Por haberme guiado en todo el proceso necesario para finalizar mi carrera universitaria como una profesional
- A mí: Por la perseverancia, responsabilidad y esfuerzo que requerí para llegar hasta aquí.

AGRADECIMIENTOS

A la vida por darme la oportunidad de educarme, iniciar y finalizar cada proceso académico con éxito.

A la Universidad de San Carlos de Guatemala, por brindarme la oportunidad de educarme y formarme como profesional con el carácter necesario para afrontar cualquier situación en la vida y así concluir con mis metas; Por reforzarme el interés y dedicación a la educación.

A la Escuela de Ciencias de la Comunicación por orientarme y apoyarme en el transcurso del aprendizaje y desarrollo de habilidades que solamente en un contexto social-humanístico habría logrado; por la contribución en alcanzar el juicio analítico que requiere cualquier egresado de la unidad académica y de la universidad.

A mi familia, por apoyarme en todo momento, animarme, contribuir en cada uno mis procesos académicos y ser mi mayor inspiración para crecer personal académica y profesionalmente.

A mis amigos y compañeros, por estar presentes en todo el proceso en el que requerí soporte, por brindarme su apoyo incondicional y sus diversos aportes que me favorecieron el logro de esta etapa.

Índice

Introducción.....	I
Antecedentes.....	II
Justificación.....	IV

CAPÍTULO 1

1.Diagnóstico de comunicación.....	1
1.1 La institución	1
1.2 Perfil Institucional	1
1.3 Ubicación geográfica	1
1.4 Integración y Alianzas estratégicas.....	2
1.5 Origen e historia	2
1.6 Departamentos o dependencias de la institución	2
1.7 Organigrama de la institución.....	4
1.8 Misión.....	4
1.9 Visión.....	4
1.10 Objetivos institucionales.....	5
1.11 Público objetivo	5
1.12 Diagnóstico	5
1.13 Técnicas de recolección de datos.....	7
1.13.1 Observación	9
1.13.2 Documentación	11
1.13.3 Entrevista de profundidad	20
1.13.4 Encuestas	21
1.14 Interpretación de resultados	23
1.15 FODA	28

1.16 Problemas detectados.....	32
1.17 Planteamiento del problema comunicacional	33
1.18 Indicadores del éxito.....	33
1.19 Proyecto a desarrollar	34

CAPÍTULO 2

2.Plan estratégico de comunicación	36
2.1 Descripción técnica del Plan Estratégico de Comunicación.....	36
2.2 Objetivos de la estrategia.....	37
2.3 Misión.....	37
2.4 Visión.....	37
2.5 Elementos comunicacionales que según su diagnóstico aplicará.	37
2.6 Alcance y límites de la estrategia	40
2.7 Metodología para la aplicación de la Estrategia Comunicacional	41
2.8 Actividades para la Operatividad de la Estrategia	41
2.9 Cronograma	44
2.10Financiamiento	44
2.11 Presupuesto.....	45
2.12 Beneficiarios	45
2.13 Recursos humanos	46
2.14 Áreas Geográficas de Acción	46
2.15 Cuadro comparativo de la Estrategia	47

CAPÍTULO 3

3. Informe de la ejecución	49
3.1 Creación de la página web de la Alianza para el Bienestar y Conciliación del País.....	49
3.2 Creación de un correo electrónico institucional	51
3.3 Creación de videos informativos	53
3.4 Retroalimentación de las páginas de <i>Facebook</i> y <i>Twitter</i> de ABC News GT.....	56
3.5 Programación y calendarización	61
Conclusiones	62
Recomendaciones.....	63
Referencias Bibliográficas	64
ANEXOS.....	67

Introducción

El diagnóstico que se presenta en este trabajo se ha realizado con información y análisis procesados de una Organización No Gubernamental, la Alianza para el Bienestar y Conciliación del país, la cual se dedica a la investigación estructuración y divulgación de información que pertenece a procesos judiciales que presentan anomalías para poder influir en ellos.

Con la información obtenida sobre la institución, los colaboradores, el ambiente laboral, las herramientas que utilizan, los medios de comunicación utilizados y los resultados que han reflejado en su trabajo, ha sido posible ha permitido apreciar un panorama institucional y comunicacional amplio.

Con el enriquecimiento de datos y así mismo conocimiento de la organización es posible proyectar los potenciales y problemáticas comunicacionales con las que se cuenta actualmente, considerando la crisis por la que el país atraviesa derivado de la emergencia nacional por el Covid-19, alterando todas las funciones, oportunidades y dificultades de esta organización.

Este diagnóstico atiende el aspecto comunicacional de la Alianza para el Bienestar y Conciliación del País y el Observatorio Nacional de Garantías Constitucionales y Derechos Humanos.

Este trabajo se realizó con el objetivo de crear un autoanálisis de la organización, mediante estrategias enfocadas en la identificación de los problemas comunicacionales para visibilizarlas y mantenerlas identificadas como un aspecto importante a solucionar.

Antecedentes

Es importante comprender la importancia e influencia que tiene la comunicación en la sociedad; está presente en cualquier ámbito de la vida, aunque no se esté consciente de ello. En la Escuela de Ciencias de la Comunicación se adquieren conocimientos que ayudan a comprender mejor el tema de la comunicación y su aplicación en cualquier contexto.

La Alianza para el Bienestar y Conciliación del País es una organización que requiere de asesoría en el área de comunicación ya que el equipo de trabajo, aunque sea reducido debe tener estrategias de comunicación para que ésta logre su objetivo; La carencia de ellas fue una motivación como comunicadora para poder trabajar en el área y poner en práctica lo aprendido en la preparación de los años anteriores y demostrar como las mejoras en la comunicación trae beneficios para la organización.

La crisis generada por la pandemia del Covid-19 afectó notablemente la sociedad guatemalteca en todos sus aspectos desde la salud, la economía, la libre locomoción, la religión, hasta la educación y el entrenamiento.

Casi se cumplen los 3 meses en los que se declaró el estado de calamidad pública, en el cuál se limitaron varios derechos a la población con el fin de prevenir contagios masivos de Covid-19. Fue el 5 de marzo el día que se da inicio con el estado de calamidad.

El estado de calamidad implica varias normas como la limitación de la circulación de vehículos y personas en el país, suspender las reuniones masivas.

El 22 de marzo, entró en vigencia el toque de toda en todo el país, estableciendo que todas las personas deben permanecer en sus hogares y no pueden circular de ninguna manera en las calles con un horario de restringido de 4 de la mañana a 4 de la tarde modificado más tarde hasta las 6 de la tarde, y hasta ahora con horario de 5 am a 5 pm.

Con esta situación muchas empresas e instituciones deciden realizar actividades laborales desde casa.

La Alianza para el Bienestar y Conciliación del país y el Observatorio Nacional de Garantías Constitucionales y Derechos Humanos es una institución entre las afectadas con estas medidas ya que no se podía acudir a las entidades e instituciones correspondientes para la continuidad de labores como Torre de Tribunales a cubrir audiencias, tampoco al Ministerio Público para solicitar información sobre casos procesales.

Desde el 16 de marzo, la institución optó por trabajar desde casa, el contenido para trabajar realmente ha sido muy bajo, utilizando como herramienta base las redes sociales de las instituciones gubernamentales y del sector justicia para informarse sobre las audiencias celebradas, y noticias relevantes. El financiamiento de los donantes para la organización disminuyó al 50%.

Justificación

La comunicación está relacionada con todas las actividades particulares de la vida dentro de una sociedad; es el proceso utilizado para transmitir mensajes e información de una persona a otra y se refuerza las relaciones sociales e interfiere en el desarrollo social.

En toda organización se maneja la comunicación ya que sin ella sería imposible su funcionamiento. Es importante para cada organización conocer el estado en que se encuentra, conocer la importancia de su trabajo, las deficiencias que tiene para trabajar en ellas y mejorarlas, también las fortalezas para identificar su potencialidad y alimentarla.

ABC News GT y el Observatorio Nacional de Garantías Constitucionales y Derechos Humanos requieren de este estudio para conocer el estado actual de la comunicación que llevan hasta ahora, conocer las ventajas y desventajas que han obtenido, y así ejecutar las estrategias que se presentan para mejorar la comunicación externa.

El ambiente laboral se centra en temas jurídicos, pero hace falta un espacio directamente comunicativo para analizar la comunicación que se lleva dentro de la organización, identificarla y poder mejorarla.

En toda organización es importante ofrecer atención al cliente, es de vital fortalecer la comunicación con el público objetivo que en este caso son los proveedores o donantes de la organización generando. Con mejoras en la comunicación dirigida hacia ellos se genera mayor confianza y seguridad de los servicios que requieren.

Con la crisis actual generada por el virus Covid-19 se han generado cambios sociales drásticos los cuales ha modificado la convivencia de toda una sociedad obligada a mantenerse en aislamiento para evitar un contagio masivo de personas portadoras del virus.

Por otra parte, también hay instituciones que no continuaron trabajando y quedan a la espera para poder reanudar sus labores. Con esta situación queda claro que la Organización de ABC y el ONGCDH debe implementar medidas para poder continuar trabajando de manera virtual hasta donde sea posible y a su vez mejorar la comunicación virtual para evitar que se vea

afectada por completo, y por el contrario se adapte a la crisis como la que se vive actualmente.

La importancia de realizar el estudio comunicacional en una organización es fundamental, como estudiante de la Universidad de San Carlos De Guatemala, específicamente de la Escuela de Ciencias de la Comunicación poder dejar un aporte a la sociedad de manera profesional es el inicio de la ejecución de proyectos como especialistas en la materia.

Los beneficios que trae la realización de este estudio es mejorar la comunicación externa de la organización, enfrentar al epesista a nuevos retos en los cuales pondrá en práctica la teoría aprendida durante su formación académica y dejar una huella en la sociedad aportando comunicacionalmente dentro de una organización.

Una de las características de este estudio es que forma parte del Ejercicio Profesional Supervisado es un programa en el que los estudiantes desarrollan actividades académicas de servicio profesional- universitario en el país, para resolver problemas relacionados a la profesión, apoyados y orientados por los asesores.

Se realiza una investigación diagnóstica para comprender la realidad de la organización para luego planificar una estrategia de comunicación que busca solventar las deficiencias que se identifiquen para finalmente ejecutar las estrategias y como resultado final mejorar la comunicación organizacional de la institución.

La realización de este estudio es importante porque para cada organización es vital conocer el estado en que se encuentra, conocer la importancia de su trabajo, las deficiencias que tiene para trabajar en ellas y mejorarlas, también las fortalezas para identificar su potencialidad y alimentarla. Para la Escuela de Ciencias de la Comunicación y los epesistas también es importante poner en contexto real y social a los estudiantes y la teoría que se impartió previamente a la ejecución de los proyectos del EPS.

Capítulo 1

1.Diagnóstico de comunicación

1.1 La institución

Alianza para el Bienestar y Conciliación del país (ABC) y Observatorio Nacional de Garantías Constitucionales y Derechos Humanos (ONGCDH)

1.2 Perfil Institucional

Es una Organización No Gubernamental en el esquema de Asociación. Enfocada en concientizar al pueblo de Guatemala sobre la importancia de buscar la convivencia pacífica, la justicia plena y la paz verdad. Interviene en los casos en los que se ven violentados los derechos de los sindicatos y las garantías constitucionales.

La Alianza para el Bienestar y Conciliación del País junto al Observatorio Nacional de Garantías Constitucionales y Derechos Humanos es una Organización No Gubernamental fundada en 2016; es una institución pequeña, con un equipo de trabajo reducido con información dirigida principalmente a donantes de la institución, no busca viralizar de contenido o popularidad debido a que se trabajan temas sensibles en cuanto a denuncias de funcionarios públicos y casos relevantes en al ámbito de justicia. Algunos donantes permanecen bajo el anonimato.

1.3 Ubicación geográfica

1era Avenida 10-43 zona 10, edificio Monty's tercer nivel oficina 3B

La labor de la institución se enfoca en la ciudad de Guatemala, pero de ser necesario el traslado y seguimiento en otro departamento el equipo de trabajo cuenta con transporte y certificaciones para llevar a cabo las actividades.

El manejo de comunicación utilizado es en castellano, dirigido para la región metropolitana del país, se maneja la comunicación desde una cultura ladina.

1.4 Integración y Alianzas estratégicas

La ONG Alianza para el Bienestar y Conciliación del país trabaja en conjunto con el Observatorio Nacional de Garantías Constitucionales y Derechos Humanos el cual se dedica a velar por el cumplimiento del debido proceso a casos a los que se les da seguimiento.

ABC News GT es la parte comunicativa con la cual se solicita, trabaja y presenta información oficial, todo esto de la mano del observatorio ONGCDH es la parte que se encarga de presentar denuncias públicas y de trabajar la información jurídica de la organización.

En esta organización se financia por medio de donaciones por parte de otras instituciones y personas individuales cada mes, dos y hasta tres meses también, dependiendo del cliente proveedor.

Para los donantes se realiza una presentación mensual donde se muestra el trabajo realizado por todo el equipo de trabajo de la institución.

También existe un bufete de abogados que ofrece servicios jurídicos manejado únicamente por dos abogados, en el cuál no entran temas administrativos de ABC ni el Observatorio Nacional de Garantías Constitucionales y Derechos Humanos.

1.5 Origen e historia

El Observatorio Nacional de Garantías Constitucionales y Derechos Humanos, y Alianza para el Bienestar y Conciliación del país nacen en el año 2016 como un proyecto unificado de un grupo de amigos empresarios y profesionales con el objetivo de aportar propuestas sociales, políticas y jurídicas encaminadas a consolidar la República y el Estado de Derecho.

1.6 Departamentos o dependencias de la institución

Departamentos de la Alianza para el Bienestar y Conciliación del País y el Observatorio Nacional de Garantías Constitucionales.

1.Dirección General	Planifica estrategias, brinda orientación, organiza los recursos y controla los procesos.
2.Departamento de investigación	Coordina las actividades para la recopilación e investigación de datos.
3.Departamento de sistematización de información	Se encarga de la clasificación y estructuración de la información a utilizar.
4.Departamento de análisis	Revisa, completa y corrige la información para plasmarla en ideas.
5.Departamento de comunicación	Solicita y reúne datos e información. Organiza actividades, se encarga del manejo de redes sociales, traslada información interna y genera información externa.
6.Departamento de contabilidad	Se encarga del estado financiero de la organización, procesa pagos, cobros y facturas.
7.Departamento de asesoría jurídica	Apoya con asesoría legal, resuelve procesos jurídicos y orienta en temas jurídicos al equipo completo de la institución.
8.Seguridad y transporte	Vela por la seguridad de los trabajadores durante las actividades laborales y asiste a las necesidades de movilización del personal.

Fuente: Elaboración propia

1.7 Organigrama de la institución



1.8 Misión

En esta parte se describe la manera general de describir las capacidades con las que se cuenta en una organización para ejecutar actividades. (Solares, 2009)

La misión es el propósito de la organización, su razón de ser, expresa el camino hacia el logro deseado. (Armijo, 2020)

Promover el diálogo y articulación social para una Guatemala unida y en paz, posicionando en la opinión pública el mensaje de conciliación nacional y Justicia.

Abc, Ongcdh. (2016)PresentaciondeAbcyOngcdh [Presentación de PowerPoint].

1.9 Visión

En la visión se declaran las aspiraciones de lo que una organización quiere llegar a ser. (Armijo, 2020)

Ser un tanque de pensamiento, análisis y acción con reconocimiento público y prestigio nacional e internacional, que contribuya a mantener en la sociedad guatemalteca un mensaje por la búsqueda de la verdadera paz social, la Justicia plena, el Estado de Derecho y la unidad entre todos los guatemaltecos. Abc,Ongcdh.(2016)PresentaciondeAbcyOngcdh [Presentación de PowerPoint].

1.10 Objetivos institucionales

- a) Informar y formar de manera objetiva a la población
- b) Incidir en el ámbito de Justicia de manera que las acciones de los operadores de justicia se desarrollen bajo el estricto cumplimiento de la ley.
- c) Investigar y documentar casos judiciales en los que se evidencie violaciones al debido proceso o ilegalidades manifiestas por parte de los operadores de justicia en el país y eventualmente hacer las respectivas denuncias.
- d) Elaborar análisis e investigaciones relativas a casos, leyes, y procesos políticos estacionales que inciden en el ámbito de la justicia en el país.
- e) Velar por una correcta y objetiva aplicación de justicia en cumplimiento del mandato constitucional del debido proceso.

1.11 Público objetivo

De acuerdo a lo observado el público objetivo es el grupo donantes de la institución ya que es a ellos a quienes principalmente se dirige la información que se trabaja, también la población en general es un público objetivo, pues la opinión pública es importante e influye a la hora de realizar análisis.

1.12 Diagnóstico

El diagnóstico es un instrumento de investigación que permitirá la identificación de los fenómenos que afecten a una situación, persona o cosa, el cual efectivamente requiere del

análisis e interpretación lógica para establecer cual es este fenómeno y el contexto que influye en él, dicho análisis se lograra únicamente con la selección de datos debidamente ordenados, este es el inicio de una serie de pasos para plantear alternativas de salida al fenómeno en estudio. (Tinti, 2015)

Roberto Hernández Siampieri define la investigación diagnóstica como la suposición de un análisis de situaciones, y el análisis de una situación es un momento complejo que genera el desafío de conocer lo que sucede en determinada presentación de la realidad, denominada como la situación, incluyendo a los actores o participantes, la situación que sucede y los límites de la realidad.

Este instrumento es utilizado para medir el impacto que se genera con cualquier actividad y al mismo tiempo presentar las alternativas más adecuadas para mejorar una situación o buscar solución a un problema.

Para Jean Pierre Thibaut (1994:17) el diagnóstico es el acto o arte de conocer, en él se busca descubrir las causas de las dificultades o problemas que tiene una organización con el objetivo de ofrecer soluciones. No es válido únicamente a organizaciones con problemáticas, también en el caso de que no se presenten las tengan, se realiza un diagnóstico en búsqueda de conocer los orígenes de ese nivel satisfactorio y considerar la posibilidad de mejorar aspectos de la organización.

Una institución u organización puede ser analizada en búsqueda de un diagnóstico que ayude a mejorar áreas específicas o a la institución en general mostrando la realidad en la que se encuentra.

Para ejecutar un diagnóstico se debe tener también una estrategia que le dé solución a las fallas o problemas que se encuentran, identificar los problemas exigen una acción para solventarlos

Al generar un diagnóstico también es importante tener claros los objetivos del diagnóstico, de él se desprenden las técnicas e instrumentos que se van a utilizar para estructurar adecuadamente el diagnóstico.

Para poder realizar un diagnóstico se requiere de condiciones apropiadas que aseguren que el trabajo se va realizar satisfactoriamente; las condiciones son 1. Comprender el fenómeno

y proceso de comunicación, 2. Tener un buen nivel de conocimiento de la persona que lo va a realizar , de eso depende de la interpretación que se le va dar al trabajo y 3. El manejo de la metodología que aplicará el proceso. (Rodríguez, 2020)

Objetivos

Objetivo general

Describir la situación de la comunicación externa de ABC, en el contexto generado por el Covid-19 en Guatemala.

Objetivos específicos

- a) Identificar las estrategias de comunicación externas que promueve y aplica la Alianza Para el Bienestar y Conciliación del País.
- b) Evaluar los procesos de comunicación externa de la Alianza Para el Bienestar y Conciliación del País.
- c) Analizar el uso de redes sociales por parte de ABC en el contexto generado por el Covid-19 en Guatemala.

1.13 Técnicas de recolección de datos

La recolección de datos es el proceso de unir o recopilar información dentro de un contexto determinado. En este trabajo se utilizó la recolección de datos con metodología cualitativa.

La recolección de datos y análisis del enfoque cualitativo utilizado ayuda a afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de la interpretación. En el enfoque cualitativo puede haber cambios en las fases futuras.

Roberto Hernández Siampieri señala en su libro Metodología de la investigación, que el enfoque de las técnicas cualitativas tiene acciones indagatorias de manera dinámica entre los hechos y su interpretación. Es un proceso circular donde las etapas interactúan entre sí; no tienen una secuencia precisa y varía con cada estudio. Las técnicas cualitativas orientan a la descripción, comprensión y explicación de fenómenos.

Para la elaboración y estructuración de este diagnóstico se utilizaron técnicas caracterizadas por ser flexibles y específicas como lo es el enfoque cualitativo; en ellas se observa e interpreta.

Las técnicas utilizadas para este diagnóstico son las siguientes.

1.Observación: La observación es el método natural de adquirir conocimientos, si se trata de un método científico no se debe reducir solamente a mirar o tener un registro de hechos. En la recolección de datos es importante tener determinado el objetivo y los datos deben ser contextualizados e interpretados para que sean válidos científicamente. (Ander-Egg, 2003)

Se realizó la observación a los canales y medios de comunicación utilizados en la organización Alianza para el Bienestar y Conciliación del País y el Observatorio Nacional de Garantías Constitucionales y Derechos Humanos.

2.Entrevista de Profundidad: Es una conversación en la que se intercambian datos para lograr recopilar información específica sobre un tema, en este caso de comunicación externa para construir nuevos significados sobre la comunicación de la organización.

Se realizó una entrevista de profundidad dirigida a la persona enlace del personal de trabajo de la organización con los proveedores, el gerente general Jorge Herrera.

3.Documentación: Es una técnica de investigación cualitativa, se encarga de recopilar información a través de documentos existentes para analizarlos y formular resultados lógicos.

Se documenta el contenido encontrado en las páginas de las redes sociales de la Alianza para el Bienestar y Conciliación del País, y el Observatorio Nacional de Garantías Constitucionales y Derechos Humanos, el manejo y alcance que tienen los perfiles.

Los instrumentos utilizados para la recopilación de datos fueron la ficha de entrevista y guía de observación, adjuntos en los anexos.

1.13.1 Observación

“Es un proceso cuya función primera e inmediata es recoger información sobre el objeto que se toma en consideración” (Crotte, 2011)

La observación es una técnica en la que se recopilan datos de un fenómeno u objeto de estudio que es evaluado por un determinado lapso de tiempo.

La Observación participante, según S.J Tylor es aquella en la que participa el investigador en el escenario o contexto que se está observando, por lo tanto la observación no participativa es aquella en la que el investigador se mantiene al margen y no interviene en el objeto de estudio; se puede lograr sin tener algún contacto con él y basarse en otras investigaciones.

Para realizar este diagnóstico se utilizó la observación no participante en la que se traslada todos los fenómenos encontrados, no se participa en ella.

El observatorio Nacional de Garantías Constitucionales y Derechos Humanos y la Alianza para el Bienestar y Conciliación del país resulta una institución no gubernamental que se dedica a realizar actividades con fines investigativos, sociales y humanitarios, como el seguimiento a procesos jurídicos para velar que se cumpla el debido proceso.

El financiamiento de esta institución se obtiene a través de empresas privadas y personas particulares que apoyan el análisis y cumplimiento en el sector justicia. A esta institución pertenece un grupo conformado por 9 personas que integran el equipo de trabajo de ABC GT.

Cada área una tiene diferentes actividades a su cargo, como el asesoramiento jurídico, monitoreo de medios, redacción de notas informativas, manejo de redes sociales, auditoria interna, recepción, análisis e investigación de casos, transporte y seguridad para las diferentes actividades.

La información que se trabaja va destinada para los donantes de la institución, la cual es manejada por el director general de la institución y dada a conocer, por medio de medios

electrónicos; mensualmente se lleva a cabo una presentación de los casos que se han, trabajado, en ellas se incluyen desayunos productivos, y eventos empresariales a los cuales asisten donantes y el director general.

Para el resto del equipo se organiza la participación a eventos masivos, conferencias de prensa, foros y seminarios relacionados al sector justicia.

Se confirmó que existe presencia de perfiles institucionales en las redes sociales *Facebook* y *Twitter*, se les da seguimiento a las páginas constantemente.

La cuenta de *Twitter* de ABC News Gt cuenta con 9 seguidores la fan page de ABC NEWS GT únicamente tiene 18 me gusta. Según la observación y el monitoreo a las redes sociales no se logra interactuar con los seguidores.

Anteriormente se tomó la iniciativa de pagar publicidad en redes sociales para poder llegar a más personas, pero fueron priorizando otras actividades laborales dejando por un lado la necesidad de generar mayor impacto para aumentar el público al centrarse en trabajar únicamente para los donantes.

La única persona que tiene contacto directo con los donantes es el director general, el equipo completo trabaja por la información y estructura de las investigaciones.

Se busca expandir el circulo de donantes para la ONG, por medio de invitaciones a eventos empresariales dando a conocer el trabajo y la importancia de la institución.

Se observó que no se cuenta con una página web dónde se da a conocer la institución para que el público en general pueda conocer más acerca de ella; de esta manera se ve afectado el prestigio de la ONG ya que al buscarla dentro del mundo virtual deja de ser encontrada por personas que quieran conocer la organización, normalmente en las búsquedas en internet se solicita información sobre servicios o productos.

La Organización se encuentra en un estado laboral activo trabajando desde casa como consecuencia de las disposiciones presidenciales en las últimas semanas en las que el país entero se ha mantenido en confinamiento por la pandemia provocada por el virus Covid-19.

Durante esta crisis provocada por la emergencia nacional ante la pandemia del virus COVID19 se ha disminuido la actividad laboral debido a que no se puede asistir a las

audiencias celebradas en Torre de Tribunales, dándole seguimiento a los casos por medio de redes sociales con fuentes oficiales.

La vía de comunicación utilizada para el equipo de trabajo ha sido WhatsApp, se siguen alimentando las redes sociales con noticias relevante al tema de justicia en Guatemala, con una notable disminución de contenido.

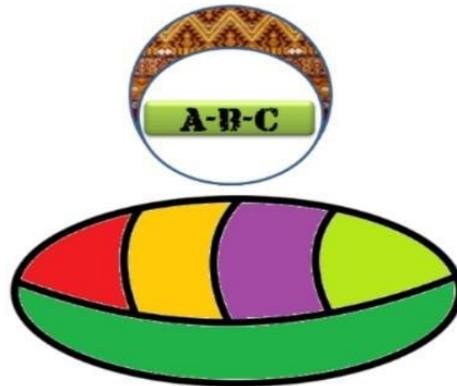
.

1.13.2 Documentación

Para realizar este estudio se utilizaron documentos para el análisis, observación e interpretación de ellos y así obtener información que sustente la investigación; En esta parte se adjuntan dichos documentos encontrados y utilizados.

a) Presentación Power Point de Alianza para el Bienestar y Conciliación del país (ABC) y Observatorio Nacional de Garantías Constitucionales y Derechos Humanos (ONGCDH) utilizada en la institución para presentarla.

Presentación Power Point de ABC



Asociación Alianza para el bienestar y la Conciliación del País

Perfil

- Organización No Gubernamental en el esquema de Asociación. Enfocada en concientizar al pueblo de Guatemala sobre la importancia de buscar la convivencia pacífica, la justicia plena y la paz verdadera.

VISIÓN: Ser un tanque de pensamiento, análisis y acción con reconocimiento público y prestigio nacional e internacional, que contribuya a mantener en la sociedad guatemalteca un mensaje por la búsqueda de la verdad, la paz social, la Justicia plena, el Estado de Derecho y la unidad entre todos los guatemaltecos.

MISIÓN: Promover el diálogo y articulación social para una Guatemalteca en la esfera pública el men



Herramientas



Reproducir

Página de Facebook: ABC NEWS GT

CESO JUSTICIA ANÁLISIS REALIDAD VERACIDAD

ABC NEWS
El Contexto Legal de la Noticia

CESO JUSTICIA ANÁLISIS REALIDAD VERACIDAD

ABC NEWS
Sitio web de noticias y medios de comunicación

Te gusta

Enviar mensaje

A Ale, Kateryn, Byron y 15 personas más les gusta esto

Inicio Publicaciones Opiniones Videos Fotos

Información Sugerir cambios

Enviar mensaje

Sitio web de noticias y medios de comunicación

Ver todo >

Cuenta en *twitter*: @abcjudicialgt

DEBIDO PROCESO JUSTICIA ANÁLISIS REALIDAD VERACIDAD OBJETIVIDAD

VERACIDAD

ABC NEWS
El Contexto Legal de la Noticia

ANÁLISIS OBJETIVIDAD VERACIDAD REALIDAD

DF JUSTICIA ANÁLISIS REALIDAD VERACIDAD OBJETIVIDAD

ABC NEWS
El Contexto Legal de la Noticia

[Editar perfil](#)

ABC News GT

@abcjudicialgt

Somos un medio de comunicación que traslada noticias del acontecer nacional, con una perspectiva legal y analítica.

📍 Guatemala 📅 Se unió en febrero de 2019

104 Siguiendo 9 Seguidores

[Tweets](#) [Tweets y respuestas](#) [Multimedia](#) [Me gust](#)

ABC News GT @abcjudicialgt · 21 ago.

DENUNCIA CONTRA FISCALES
JUAN FRANCISCO SANDOVAL Y RUBÉN HERRERA

Este viernes, el hermano y la viuda de José Eduardo Valdés Paiz, presentaron tres denuncias en contra los fiscales del Ministerio Público, en relación al caso Rosenberg, en el cual fueron señalados y procesados los hermanos Valdés Paiz.

Los denunciantes señalan que hubo algunas circunstancias que impidieron que José Paiz saliera del país a recibir un tratamiento médico debido a una enfermedad que padecía. Falleció en abril de 2019.

La primera denuncia señala al jefe de la FICSI de ocultar información al juez, favoreciendo la acusación de la CIBG, la segunda se señala a Sandoval de no haber actuado que pudo salvar la vida de Eduardo Valdés incurriendo el delito de homicidio, incumplimiento de deberes y desobediencia, y la tercera denuncia es contra Rubén

🔍 Ongcdh Guatemala



OBSERVATORIO NACIONAL DE GARANTÍAS CONSTITUCIONALES Y DERECHOS HUMANOS



Ongcdh Guatemala

Negocio local



Te gusta

 **Enviar mensaje**



A 210 personas les gusta esto

[Inicio](#)

[Publicaciones](#)

[Opiniones](#)

[Fotos](#)

[Comunidad](#)

Información

 [Sugerir cambios](#)

 [Enviar mensaje](#)

 [Negocio local](#)

Ver todo >

Cuenta en *twitter*: @ONGCDH_GT



Siguiendo

ONGCDH

@ONGCDH_GT Te sigue

Trabajamos por la Defensa de las Garantías Constitucionales y los Derechos Humanos, con objetividad y respeto al Estado de Derecho.

📍 Guatemala 📅 Se unió en mayo de 2017

299 Siguiendo 44 Seguidores



Seguido por Familia Muadi

Tweets

Tweets y respuestas

Multimedia

Me gust

↻ ONGCDH retwitteó



Michelle Mendoza ✓ @mmendoza_GT · 2d ⌵

⚠️ Imágenes donde se observa la presunta responsabilidad de la @PNCdeGuatemala en la muerte Edgar René Ic Pérez, el 17 de Junio de este año.

Ic Pérez, regresaba a su casa esa tarde. En ese momento había toque de queda. Murió con el



Video compartido en página de *Facebook*: La noticia en Guatemala, entrevista al ONGCDH, plan de rescate para el sistema penitenciario.

La Noticia en Guatemala · Seguir

15 jun. 2018 a las 3:32 p. m. · 🌐

EL RESCATE DEL SISTEMA PENITENCIARIO

- CORRUPCIÓN
- CONTROL INTERNO
- HACINAMIENTO
- GESTIÓN DEL RECURSO HUMANO

ONGCDH
Organismo Nacional de Garantías Constitucionales y Derechos Humanos

LA NOTICIA
en Guatemala

SISTEMA PENITENCIARIO

EL OBSERVATORIO NACIONAL DE GARANTÍAS CONSTITUCIONALES Y DERECHOS HUMANOS (ONGCDH) ANTE LA CRISIS DEL SISTEMA PENITENCIARIO, PRESENTA PLAN DE RESCATE.

El analista Lic. Jorge Herrera propone plan para el mejoramiento del sistema, " el control de los centros, lo tienen los reos".

👍❤️ 9 5 comentarios · 1 vez compartido · 611 reproducciones

Nota informativa en la página de Emisoras Unidas, análisis por parte del ONGCDH en el proceso judicial contra ex ministro Carlos Vielman.

Observatorio Nacional de Garantías
Constitucionales y Derechos Humanos



Hay posiciones encontradas por
proceso contra exministro Vielman,
acusado de tortura

Nota informativa en la página de RepúblicaGt, análisis por parte del ONGCDH Cinco observaciones en el proceso judicial contra Pedro Muadi.



¡Sé el primero en enterarte!

Suscríbete a nuestro Newsletter

Correo electrónico →

El proceso legal contra el expresidente del Congreso, [Pedro Muadi](#), está bajo el ojo público previo a que el Tribunal emita sentencia.

El Observatorio Nacional de Garantías Constitucionales y Derechos Humanos realiza cinco observaciones del caso que [mantiene en prisión preventiva a Muadi](#).

"Pedro Muadi ha sido el único sindicado que no ha gozado de medida sustitutiva en el proceso. A la fecha lleva [más de cuatro años y tres meses en prisión preventiva](#). A todas luces se considera un abuso inusual de la prisión preventiva y una violación a la presunción de inocencia".

"En otro proceso relacionado con los mismos hechos, [una persona cercana a Muadi se atribuyó la comisión de los delitos que se le imputaron](#), prácticamente exculpando al expresidente del [Congreso](#). Esta persona está cumpliendo una condena de 17 años de prisión, no obstante, esta circunstancia no ha sido reconocida en el proceso, teniendo relación directa con los hechos señalados".

Aporta un menú para el personal médico aquí

Siempre de tu lado Guate.

CAMPERO | BANCO INDUSTRIAL

Estos documentos fueron los utilizados para la identificación la ONG, medir la visibilización que se tiene hacia ella, y argumentan la información que se describe en el estudio realizado; se encontraron noticias que involucran al Observatorio Nacional De Garantías Constitucionales y Derechos Humanos, proyecto que trabaja de la mano con ABC, también una presentación utilizada como carta de presentación de la organización, y la cuenta de *Facebook* y *Twitter* que evidencian la situación y el estado de la Alianza para el Bienestar y Conciliación el País.

1.13.3 Entrevista de profundidad

Es una técnica de recolección de información para una metodología cuantitativa, en ella se permite identificar el contexto que rodea al entrevistado. En ella se permite que la persona entrevistada transmita su definición personal de la situación sobre la cual se pregunta. (Acosta, pág. 102)

La entrevista de profundidad se dirigió hacia el gerente general de la organización quien es la única persona del equipo de trabajo de ABC News y el ONGCDH que genera comunicación externa con los proveedores o donantes.

De acuerdo al resultado obtenido de la entrevista de profundidad uno de los mayores desafíos de la institución es el análisis y divulgación de la información, en contexto con la crisis que se vive actualmente como consecuencia del Covid-19 este desafío se complica debido a que la información que se logra obtener es muy escasa, los medios para poder obtenerla son limitados y de esa manera se pierde la eficiencia de la institución.

La comunicación externa se ha visto afectada con esta crisis disminuyendo hasta un 90 por ciento casi en su totalidad, logrando generar un porcentaje bajo que mantiene activa la interacción con los proveedores.

Se ha logrado mantener activa la comunicación externa por medio de redes sociales como WhatsApp, y correos electrónicos presentando una investigación y versión mejorada de las noticias nacionales e internaciones del sector justicia.

El público objetivo al que se busca llegar es a estudiantes de derecho, operadores del sector justicia y empresarios, enfocándose en personajes relacionados con la justicia.

Se confirma que no se utiliza ningún sitio web donde se presente la ONG y el trabajo que realiza, solamente se le da seguimiento a las redes sociales con las que cuenta la organización actualmente.

Con un sitio web que represente la ONG se podría generar con mayor certeza la seriedad y formalidad de la institución, también podría generar ingresos. Con la ausencia de esta herramienta se afecta el desarrollo y crecimiento de la institución.

1.13.4 Encuestas

Una encuesta es el conjunto de preguntas dirigidas a una población específica para conocer su opinión acerca de un tema y recopilar datos de su público objetivo. Para Richard Sandhusen, autor de libros de mercadotecnia, las encuestas son una manera sistemática de obtener información de los encuestados a través de preguntas personales, telefónicas o por correo. (Pazmiño, 2012)

Se realizó una encuesta con el objetivo de fundamentar el trabajo de investigación del presente proyecto, tomando como universo la población de 110 integrantes de un grupo informativo de WhatsApp que pertenecen a la facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad de San Carlos de Guatemala, y obtener resultados acerca de ABC GT y el conocimiento de la organización de personas interesadas en temas sociales y jurídicos del país.

La muestra es la porción de una totalidad, es decir una parte o cantidad pequeña que representa a un grupo grande o total. También considerada como el subconjunto o parte del universo o población en la que se llevará a cabo una investigación. (Bonilla, 2007)

Existen dos tipos de fórmulas utilizadas para encontrar la muestra

Población Finita

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

Población Infinita

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2}$$

En la población finita se conoce el tamaño de la población a la que se dirige la encuesta En la población infinita no se conoce el tamaño de la población a la que se dirige la encuesta y no se tiene la posibilidad de contar o construir un marco muestral.

Para delimitar la población se utilizó una fórmula de población finita, que corresponde a los siguientes datos:

CONSIDERANDO EL UNIVERSO FINITO

FORMULA DE CALCULO

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N-1) + (Z^2 * p * q)}$$

Donde:

- Z = nivel de confianza (correspondiente con tabla de valores de Z)
- p = Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado
- q = Porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado = 1-p
- Nota: cuando no hay indicación de la población que posee o no el atributo, se asume 50% para p y 50% para q
- N = Tamaño del universo (Se conoce puesto que es finito)
- e = Error de estimación máximo aceptado
- n = Tamaño de la muestra

Fórmula utilizada: De población finita

$$N = \frac{110 * (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}{(0.1)^2 * (110-1) + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)} = 86$$

Se tomó como muestra a 86 integrantes del grupo informativo y educativo de WhatsApp integrado por estudiantes y catedráticos del tercer semestre de la facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad de San Carlos de Guatemala, quienes respondieron a la encuesta con el objetivo de evidenciar el nivel de conocimiento que se tiene por parte de personas con intereses en el sector justicia hacia ABC News GT.

Universo

Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad de San Carlos de Guatemala

Población

Estudiantes del tercer semestre de la facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales que pertenecen a un grupo en la plataforma de mensajería instantánea WhatsApp dónde interactúan con contenido de interés académico, integrado por 110 miembros.

Muestra

86 personas.

1.14 Interpretación de resultados

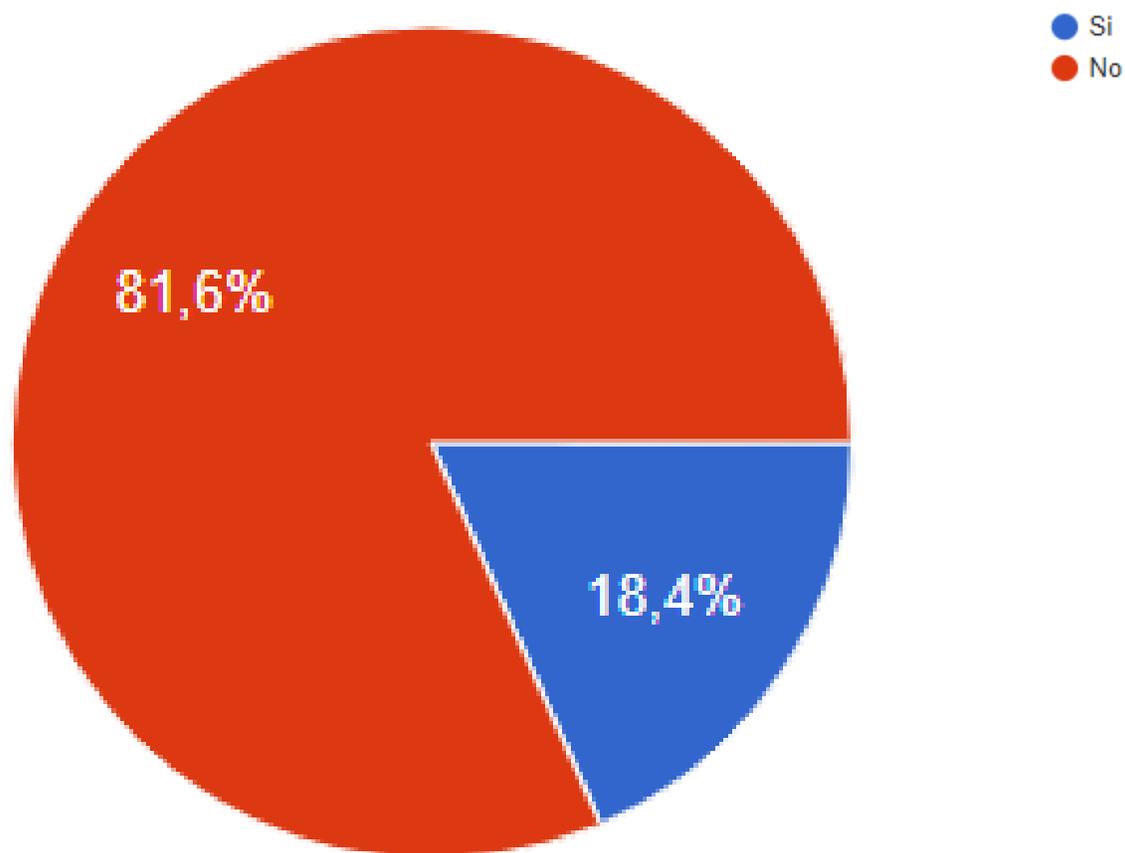
La interpretación tiene un componente y una función que explica, su función es encontrar un significado al resultado obtenido, por medio de toda la información y el contexto que se conoce con relación a él; Por lo tanto, se agrega un significado sociológico al hallazgo ya sea confirmando, negando, modificando o realizando aportes a la teoría sobre el tema o problema. (Francés García, 2017)

Es el proceso en el que se clasifica y ordena los resultados obtenidos de una investigación, se presenta en cuadros, gráficas, y sistemas con técnicas estadísticas con el objetivo de mostrarlos de una manera comprensible para el público. La interpretación tiene una función explicativa.

Esta interpretación es fundamental en cualquier investigación ya que con ella se fundamenta gran parte de la información que contiene, generando credibilidad en los datos presentados. La estadística ofrece herramientas que facilitan y permiten la transformación de los datos en parámetros medibles y aplicables a nuestra práctica. (Francés García, 2017)

La encuesta fue respondida por la muestra establecida anteriormente; las preguntas se realizaron con el objetivo de medir el nivel de conocimiento hacia la organización por parte del público general y la importancia que tiene las redes sociales y las páginas web en los usuarios.

Gráfica 1. ¿Conoces a ABC News y el ONGCDH?

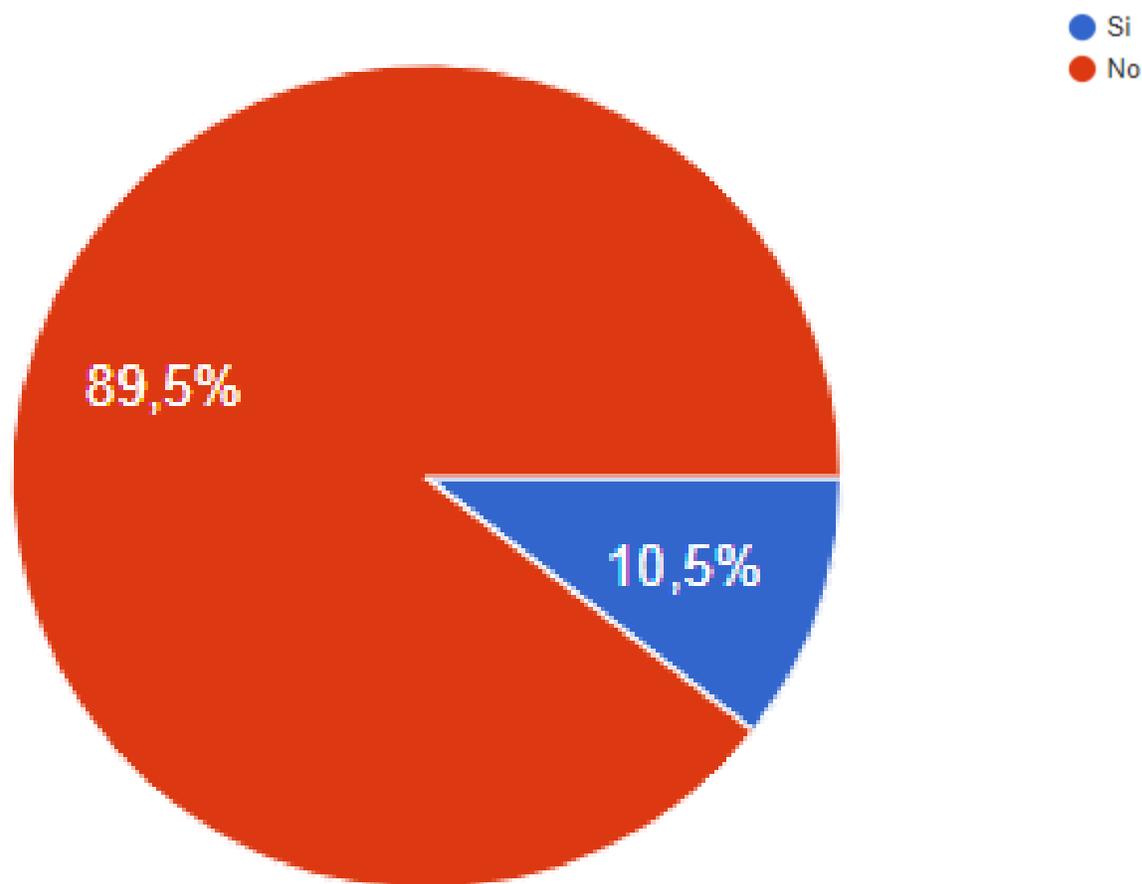


Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Si	15	18%
No	71	82%

Fuente: Elaboración propia

El 82% de los encuestados que corresponde a 71 personas contestaron que no conocen sobre la organización y un 18 % correspondiente a 15 personas contestaron que si la conocen. Como resultado se observa que la mayoría de personas encuestadas no tiene conocimiento acerca de ABC News GT.

Gráfica 2. ¿Has leído o escuchado sobre la Alianza Para el Bienestar y Conciliación del País?

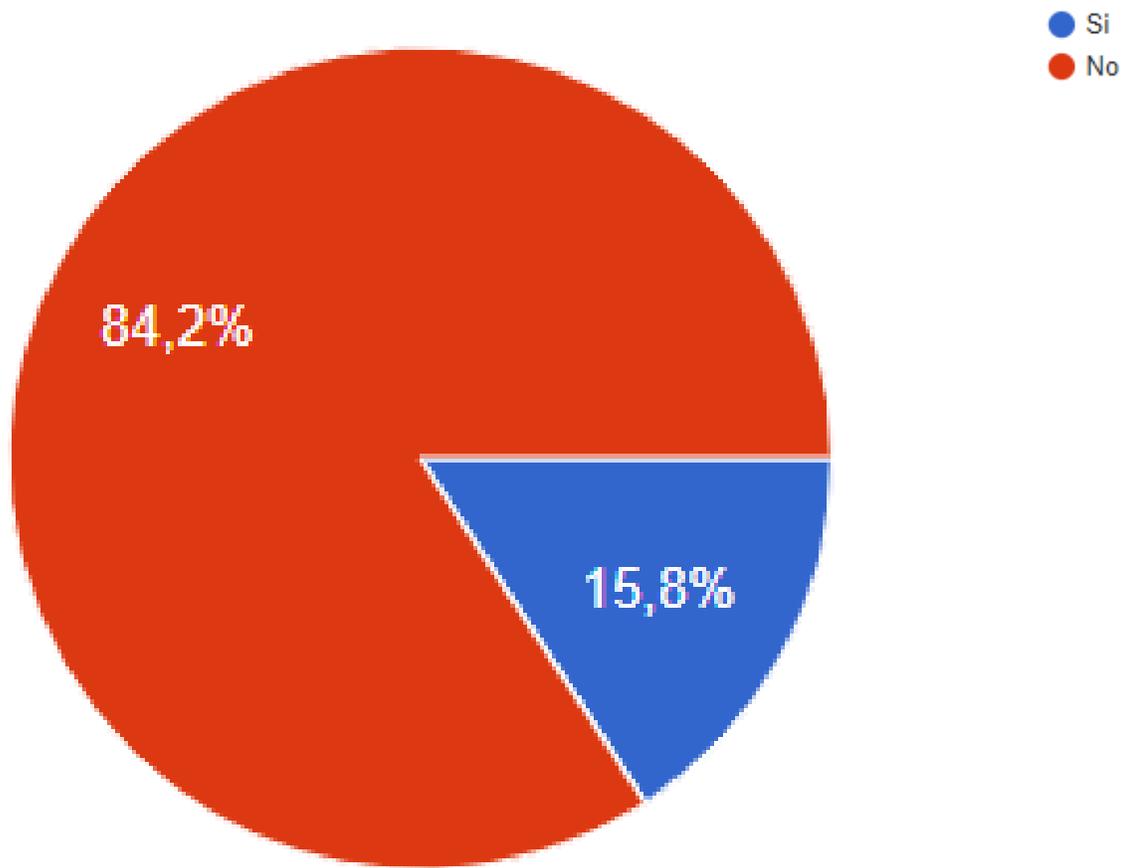


Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Si	9	10%
No	77	90%

Fuente: Elaboración propia

El 90 % correspondiente a 77 personas encuestadas respondió que no, y el 10%, correspondiente a 9 personas respondió que sí ha leído o escuchado sobre el proyecto de ABC News GT; evidenciando que la mayor parte de personas no ha escuchado sobre ABC News GT.

Gráfica 3. ¿Has leído o escuchado sobre el Observatorio Nacional de Garantías Constitucionales y Derechos Humanos?

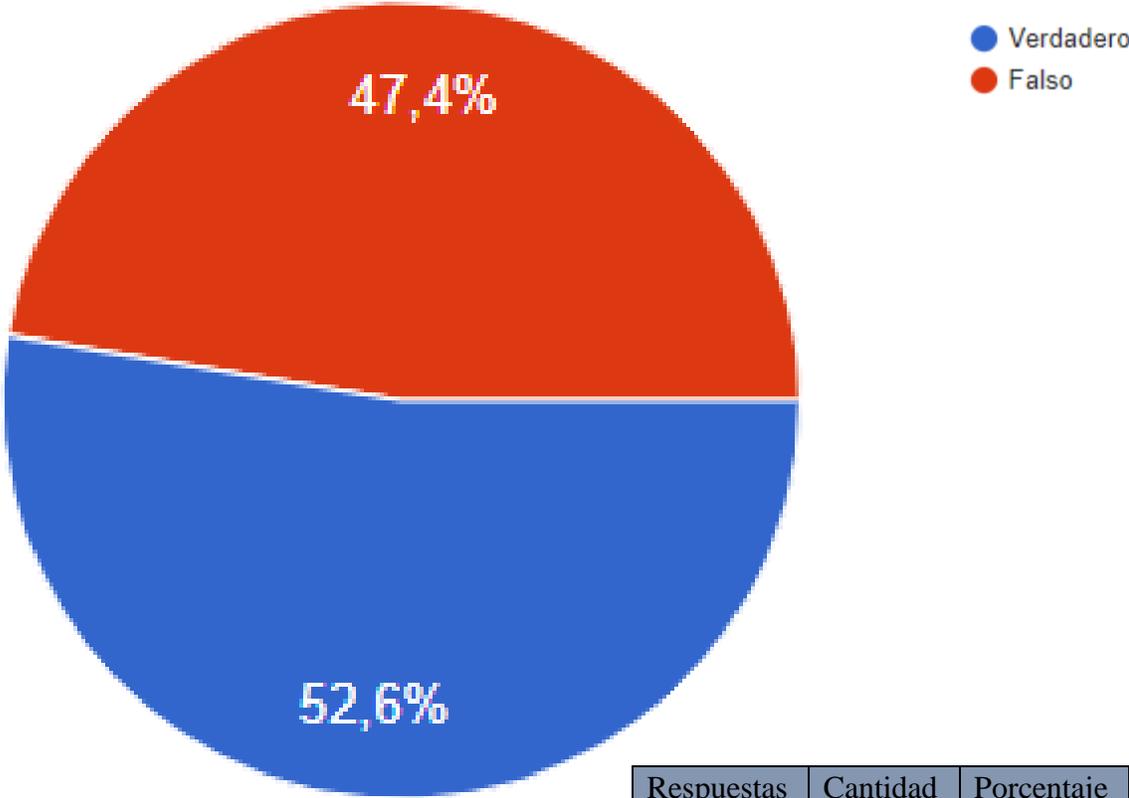


Fuente: Elaboración propia

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Si	14	16%
No	72	84%

El 84 % de los encuestados respondieron que no han leído o escuchado sobre el ONGCDH (proyecto unificado con ABC News GT) equivalente a 72 personas, y el 16 % contestó que sí, siendo el valor correspondiente a 14 personas. La mayoría no ha visibilizado al proyecto del ONGCDH.

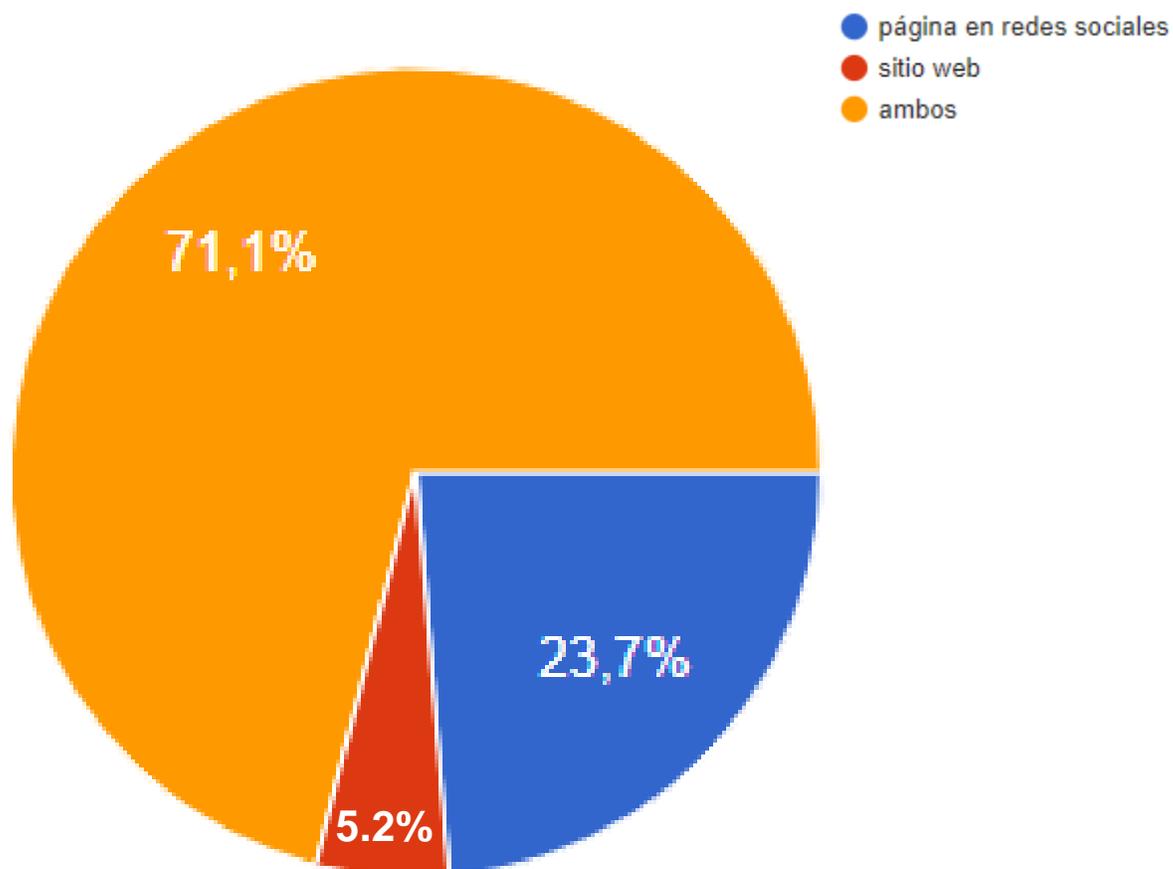
Gráfica 4. ¿Las organizaciones que no son visibilizadas en internet están destinadas a fracasar fuera de la red?



Fuente: Elaboración propia

El 47 % de los encuestados con un equivalente a 40 personas respondieron que es verdadero, y el 53 % equivalente a 46 personas respondieron que es falso; por lo que se evidenció que la mayoría de encuestados considera que estar dentro de la red no es indispensable para que una organización crezca.

Gráfica 5. ¿Cuál es el instrumento que da mayor visibilidad en internet una institución?



Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Verdadero	40	47%
Falso	46	53%

Fuente: Elaboración propia

El 24% que corresponde a 21 personas, considera que es más importante poseer una página en redes sociales. El 5% correspondiente a cuatro personas considera que es más importante un sitio web, y el 71% de los encuestados, correspondiente a 61 personas, considera que es importante un sitio web y también la presencia de perfiles en redes sociales, siendo más funcionales ambas herramientas.

1.15 FODA

El FODA O DAFO es una herramienta de estudio que se enfoca en la situación actual de una compañía o institución que analiza sus características internas y externas; El término FODA procede de los aspectos que se estudian los cuales son Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. Con este análisis se logra obtener información sobre la situación en la que se encuentra la organización mostrando un panorama detallado para poder ejecutar estrategias.

Con los resultados que se obtienen a través del FODA, la organización debe poner en marcha estrategias para poder reforzar las debilidades y amenazas apoyadas en las ventajas con las que cuentan como las fortalezas y oportunidades.

Esta técnica de análisis fue creada con la participación de varias personas, pero Alberth S. Humphrey es un personaje clave, fue el iniciador de la técnica de análisis FODA y un consultor de negocios y la gestión que se especializó en la gestión organizacional y cambio cultural. (ingeniero, s.f.)

Con esta herramienta es posible obtener un panorama más amplio de la organización, su objetivo es analizar con precisión aspectos individuales que en conjunto trabajan para llevar al éxito o fracaso de una institución. Se realizó el siguiente FODA comunicacional identificando las diferentes variables necesarias que lo estructuran.

El FODA se compone de elementos internos y externos que favorecen y afectan el logro de los objetivos establecidos. (Tello, 2015, pág. 6)

En los años de 1960 -1970 Albert Humphrey llevó a cabo una investigación en el Instituto de Investigación de Stanford, sobre las compañías de Fortune 500, ubicadas Estados Unidos; obtuvo resultados de su estudio y encuesta los cuales fueron utilizados por Humphrey para el desarrollo de la Acción Modelo del equipo, concepto que permite ejecutivos generar el cambio con éxito. La técnica de análisis FODA sigue siendo utilizada hasta el día de hoy por muchos industriales, personajes famosos y líderes políticos. (ingeniero, El sitio del ingeniero, s.f.)

Las siglas del FODA pertenecen a las Fortalezas Oportunidades Debilidades y Amenazas que son analizadas de una organización o institución. Es un indicador para conocer la

situación de la empresa. De Corzo, Sandra (2020,26 de marzo) Árbol de Problemas Sandra Pineda

Se realizó un FODA a la Alianza Para el Bienestar y Conciliación del país, en búsqueda de detectar e identificar cada una de las características propias de la organización.

En las fortalezas se podrá visibilizar las capacidades y habilidades con las que se cuenta y se desarrollan de una manera eficiente, esta es la parte esencial que mantiene de pie a la organización.

Las oportunidades son los factores que resultan positivos en el contexto que labora y se desarrollan las actividades que corresponden, éstas permiten obtener ventajas.

Por otro lado, también es importante identificar las debilidades, las cuales conforman los factores desfavorables, pueden ser recursos, situaciones, habilidades o cualquier factor que afecte de una manera negativa en la institución.

Las amenazas, son los factores que ponen en riesgo la estabilidad de la institución u organización, pueden ser situaciones provenientes del entorno, como también que se desarrollen internamente afectando de una manera general. (ingeniero, El sitio del ingeniero, s.f.)

FORTALEZAS

Actividades de una organización que se llevan a cabo especialmente bien (Tello,2015 pág.6)

1. Comunicación inmediata
2. comunicación descendente directa, desde la dirección general hasta el equipo de trabajo
3. Presencia de comunicación ascendente, tomada en cuenta para la toma de desiciones laborales.

OPORTUNIDADES

Son los acontecimientos y elementos que se pueden aprovechar para facilitar el logro de los objetivos organizacionales. (Tello,2015 pág.7)

1. acceso a la teconología
2. oportunidad de negocios generada por la comunicación digital
3. invitaciones y participaciones a foros y capacitaciones para el personal de trabajo

FODA

Alianza para el Bienestar y
Conciliación del país

DEBILIDADES

Son las actividades o aspectos que se identifican con bajo grado de eficiencia y que generan dificultades al adecuado funcionamiento de la organización. (Tello,2015 pág.7)

1. bajo nivel de alcance al público general
2. ausencia de planificación de actividades comunicativas
3. limitaciones al acceso de información por parte de algunas instituciones
4. ausencia de un sitio web oficial como carta de presentación

AMENAZAS

son los elementos que pueden complicar el logro de objetivos y el alcance de un alto desempeño de la empresa (Tello,2015 pág.7)

1. Descenso de clientes o proveedores
2. investigaciones incompletas por falta de información
3. desconfianza generada por el bajo alcance en redes sociales
4. bajo nivel de comunicación externa

1.16 Problemas detectados

Con base a los datos obtenidos con la observación organizacional es posible detectar deficiencias comunicacionales que afectan el logro de los objetivos trazados. Si algún proceso comunicacional que no se lleva de manera satisfactoria también se está afectado cada uno de los procesos que requieren las actividades laborales y de igual forma el resultado final que se espera.

Es importante mantener activa la comunicación organizacional tanto en los canales formales como los informales, si se cuenta con una comunicación interna eficaz es probable que como consecuencia la comunicación externa sea llevada de la misma manera. La comunicación tiene cuatro funciones dentro de una organización: control, motivación, expresión, e información. (Díaz, 2014)

La observación de la comunicación de la organización está enfocada hacia la comunicación externa, los problemas detectados son los siguientes:

1. La comunicación externa que existe en ABC se reduce a una sola persona, convirtiéndose en el enlace que conecta la institución y a sus clientes debido a que el único canal de comunicación que existe es WhatsApp y correo electrónico manejado por el gerente general por la confidencialidad de los casos que se trabajan.
2. La ausencia de un sitio web que presente a la institución en el mundo virtual de manera global, como resultado que no se ha ejecutado la iniciativa de crear el sitio web.
3. La carencia de una calendarización para las actividades y tiempo que requiere el cumplimiento de los diferentes procesos, debido a que se va trabajando lo requerido conforme se solicita sin protocolo ni calendario.
4. La interrupción al seguimiento de los procesos jurídicos debido a la suspensión de labores el sistema de justicia de Guatemala como consecuencia a la crisis provocada por el Covid-19, se ha negado el acceso a Torre de Tribunales y las audiencias se han programado a puerta cerrada.

5. Limitantes al acceso a la información pública, ya que en algunas instituciones se niega la información solicitada por ser catalogada como información sensible.

6. La desconfianza que genera el bajo alcance que se tiene en los perfiles de las redes sociales, ya que carece de información y descripción en los perfiles, tiene una baja cantidad de seguidores, y la interacción con el público es casi nula.

1.17 Planteamiento del problema comunicacional

El problema se enfoca en el escaso contenido que se genera por parte de ABC para su público objetivo, siendo este el grupo de donantes de la ONG y el público general debido a la ausencia de un medio de comunicación oficial de comunicación externa.

1.18 Indicadores del éxito

- a) Implementación de herramientas tecnológicas
- b) Buen ambiente laboral
- c) Competitividad
- d) Satisfacción por parte de los clientes
- e) Análisis de procesos jurídicos que han intervenido acertadamente en ellos
- f) Presentación de informe laboral a los proveedores

Contexto con relación a la crisis provocada por el Covid-19

Los indicadores de éxito se han visto afectados por la pandemia que ha afectado al país en todos los aspectos, gracias a la implementación de las herramientas tecnológicas se ha logrado continuar con parte de las labores que se realizan. Se ha mantenido la comunicación interna de la institución por medio de redes sociales.

Aunque se ha visto afectado el trabajo final por carencia de información, documentación, ausencia de audiencias, se ha logrado satisfacer las necesidades de los clientes de la

institución informando sobre las restricciones impuestas para poder laborar como se acostumbraba.

De igual forma se ha mantenido informado al público objetivo sobre las actividades que se llevan a cabo durante esta crisis.

1.19 Proyecto a desarrollar

Estrategia de comunicación externa de la Alianza para el Bienestar y Conciliación del País.

¿Cómo fortalecer la comunicación externa de la Alianza para el Bienestar y Conciliación del País?

Capítulo 2

2. Plan estratégico de comunicación

Descripción del plan estratégico

Un plan es una serie de actividades que se relacionan entre sí para poder iniciar el desarrollo de un proyecto por medio de un sistema orientado a alcanzar metas. (Acosta Rosales, 2003)

La Planeación estratégica es el esfuerzo sistemático y más o menos formal de una organización para establecer sus propósitos, objetivos, políticas y estrategias básicas para desarrollar planes detallados, con el fin de poner en práctica las políticas, estrategias y así lograr los objetivos y propósitos básicos de la organización según el filósofo George Steiner.

El plan es un modelo elaborado previo a ejecutar una acción con el fin de encaminarla hacia el alcance de su objetivo, para realizar un plan estratégico de comunicación realizar una adecuada planificación tomando en cuenta un análisis previo de la institución o compañía para la que se va elaborar el plan. (Cruz, s.f.)

Un plan estratégico incrementa la capacidad para que la organización desarrolle organice y utilice el potencial con el que cuentan y comprenda mejor en el contexto en el que opera; es importante porque por medio de él ayuda a lograr una aplicación efectiva de los recursos con los que se cuenta sean humanos, financieros y materiales.

Según Idalberto Chiavenato (1995), la planeación estratégica es la manera en la que una empresa intenta aplicar una determinada estrategia para alcanzar los objetivos propuestos. Es generalmente una planeación global y a largo plazo.

2.1 Descripción técnica del Plan Estratégico de Comunicación

Luego de realizar un diagnóstico comunicacional en el que se evidencia la necesidad de un plan estratégico de comunicación; Se trabajó este plan dirigido a la comunicación externa de la Alianza Para el Bienestar y Conciliación del País, que pretende reforzar la imagen institucional de la organización y la comunicación externa que se genera con los clientes, proveedores, futuros proveedores y público general.

En la organización se cuenta con recursos digitales como lo son la página de *Facebook* y la cuenta en *twitter* que pueden ser utilizadas y adaptadas para generar un mejor uso de ellas y tener mayor alcance tanto al público general como a los clientes. También es importante la creación de un sitio web por medio de internet y la computadora portátil, todas son herramientas necesarias para complementar la estrategia comunicacional de comunicación externa.

2.2 Objetivos de la estrategia

2.2.1 Objetivo general

Fortalecer el sistema de comunicación externa para la Alianza para el Bienestar y Conciliación del País y la relación con los donantes, futuros donantes y público general

2.2.2 Objetivos específicos

- a) Alcanzar mayor visibilidad en los perfiles de las redes sociales de la organización a través de una estrategia de comunicación digital.
- b) Proyectar una estrategia que mejore la imagen institucional por medios digitales.
- c) Mejorar la imagen institucional a través de canales digitales de comunicación.

2.3 Misión

Generar soluciones en las deficiencias que requiere la comunicación de la institución, creando un nivel de eficacia alto en las actividades laborales.

2.4 Visión

Lograr el crecimiento de la organización con las mejoras en el área de comunicación externa, provocando el aumento de donantes, proveedores y equipo de trabajo.

2.5 Elementos comunicacionales que según su diagnóstico aplicará.

Comunicación

La comunicación es la ciencia que estudia la transmisión de unos mensajes directa o indirectamente de un emisor a un receptor y de este a aquél, a través de medios personales o masivos, humanos o mecánicos, mediante un sistema de signos convenidos. (Ubina, 2005, pág. 18)

Es la acción que tiene como objetivo el intercambio de información entre dos o más participantes en la que quién emite el mensaje es conocido como emisor y la persona que lo recibe y decodifica es el receptor por medio de un canal, siendo éste el medio por el cual se envía el mensaje. Cuando se recibe una respuesta al mensaje enviado se retroalimenta para que la comunicación siga fluyendo.

En la comunicación no siempre tienen que estar presentes las palabras o mensajes ya que también está la parte paralingüística, y ésta es la comunicación no verbal que estudia y analiza los elementos como las señales, gestos, o indicios que transmiten información adicional a lo que la comunicación oral o escrita manifiesta. (Paralingüística, 2009)

Cuando se transmiten sensaciones y emociones también se está comunicando ya que se comparte un sistema de signos o normas semánticas que permiten que la comprensión de la comunicación sea posible.

Comunicación organizacional

La comunicación organizacional es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio” para generar esta comunicación puede utilizarse la estructura formal de la organización o adecuarla a una manera informal, de viaje vertical y horizontal. (Ubina, 2005, pág. 23)

Se le denomina comunicación organizacional a la comunicación que se genera entre un grupo de personas que forman parte de una organización o institución, quienes comparten el mismo objetivo que los hace parte de dicha organización; tiene importancia e influencia ya que de ella dependen las relaciones que se desarrollan de manera interna y externa de la organización.

Horacio Andrade en su libro *Comunicación organizacional interna: proceso, disciplina, y técnica* podemos comprender la comunicación organizacional en base a tres factores

Carácter social, enfocándose en la relación existente entre los individuos y su convivencia social.

Carácter disciplinario, aplica criterios científicos para ponerlos en práctica y obtener resultados intra y extra corporativos.

Carácter técnico y de actividades, desarrolla estrategias que faciliten la circulación de información y comunicación. (espacio, 2009)

Comunicación externa

La comunicación con un enfoque externo, es la que se dirige al grupo de clientes o proveedores de la organización o institución a quienes se denomina como el público final. Este tipo de comunicación “es el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con

ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos o servicios” (Ubina, 2005, pág. 25)

La web

La World Wide Web es una colección de documentos electrónicos que están vinculados entre sí, que son accesibles a través de la Internet. Consiste en un medio de comunicación en donde se dispone de documentos de hipertexto (o sea que se incluyen enlaces a otros sitios) con textos, imágenes, videos, gráficos u otros formatos. Para acceder a estos documentos o páginas web, se requiere de un software o programa capaz de interpretar de manera gráfica o visible la información que se obtiene de la Internet. (Mejía, 2012, pág. 13)

Es decir que la web es una enorme colección de páginas que se asienta sobre el internet (una red de computadoras de todo el mundo que se encuentran interconectadas entre sí). El internet es una herramienta utilizada para poder acceder a la web.

El internet en este caso sería la infraestructura de cualquier espacio existente, mientras que las páginas web serían ese contenido que viaja sobre esa infraestructura para llegar a su destino final.

Sin internet, nadie podría comunicarse a través de la web (*World Wide Web*) porque no existiría forma de enviar esos datos. Y sin la web sería difícil y costoso acceder a toda la información que ofrece hoy en día y está disponible en cualquier momento. (Mundo, 2019)

Internet

Es el conjunto de redes interconectadas de comunicación que permiten transmisión de datos entre sistemas de computadoras, se denomina como la autopista de la comunicación digital en los últimos años. (Mejía, 2012, pág. 12)

Es una red que permite la interconexión de computadoras a través de un mismo protocolo. Su origen marcó un cambio en la historia en 1969 en Estados Unidos en la búsqueda de una alternativa ante la amenaza de una guerra atómica que dejaría como resultado la incomunicación entre las personas; se estableció una conexión llamada ARPANET (*Advanced Research Projects Agency Network*).

El internet logró una revolución en la comunicación de la sociedad moderna, abarcando desde la comunicación hasta el comercio y el entretenimiento social, trayendo la comunicación digital para gran parte de las actividades adaptándolas a esta nueva modalidad.

Redes sociales

Una red social es una plataforma en la web en las que se genera contenido digital como texto, imágenes o videos, utilizadas por un grupo de personas que tienen vínculos entre sí; las redes sociales han evolucionado la comunicación tradicional, avanzando con nuevos canales y herramientas. (Mejía, 2012, pág. 17)

Las redes sociales son espacios en internet donde las personas crean un perfil y comparten información personal y profesional con sus contactos sean personas cercanas o desconocidos que tienen acceso a dicha información. Este espacio fue creado virtualmente para facilitar la interacción de personas

Según Celaya (2008), existen tres clasificaciones principales de redes sociales: 1. Redes profesionales (por ejemplo, LinkedIn, Xing, Viadeo) 2. Redes generalistas (por ejemplo, MySpace, Facebook, Tuenti, Hi5) 3. Redes especializadas (por ejemplo, Ediciona, eBug, CinemaVIP, 11870)

Las redes sociales pueden ser utilizadas como una herramienta de interacción personal, profesional, organizacional o colectiva.

2.6 Alcance y límites de la estrategia

Alcance

- a) Los medios digitales que permiten trabajar la estrategia de comunicación desde casa.
- b) El sistema laboral activo que se mantiene en la organización que permite trabajar en un plan estratégico de comunicación externa.

Límites

- a) Restricciones a la movilidad para ejecutar el plan de comunicación en la organización de forma presencial, debido a las disposiciones presenciales como consecuencia de la crisis sanitaria generada por el virus Covid 19.
- b) La carencia de comunicación entre el equipo de trabajo de ABC y los proveedores debido a que solamente una persona dentro de la organización tiene comunicación con los clientes.

2.7 Metodología para la aplicación de la Estrategia Comunicacional

- a) Fortalecer la imagen institucional a través de las plataformas virtuales
- b) Optimizar el uso de las redes sociales, generando mayor contenido de interés general para tener mayor alcance al público general y proveedores.
- c) Emplear el uso y manejo de un sitio web oficial de la organización.

2.8 Actividades para la Operatividad de la Estrategia

En las actividades se utilizarán productos comunicacionales para operar la estrategia de comunicación externa de ABC por medio del medio informativo ABC News GT.

2.8.1 Propuesta 1 Creación de una página web institucional.

Objetivo	¿Qué?	¿Cómo?	¿Cuándo?	¿Dónde?	¿Quién?	¿Cuánto?
Fortalecer la imagen institucional de ABC GT	Creación de una página web	En un sitio web	Durante la segunda semana de agosto	En Google Sites	Epesista	Q.500.00

Fuente: Elaboración propia

Es importante que la organización cuente con una página web para contar con un medio oficial que genere comunicación externa, siendo esta la herramienta de la que carece la

Alianza para el Bienestar y Conciliación del País, creando un canal de comunicación entre el equipo de ABC y los donantes se refuerza la comunicación externa.

2.8.2 Propuesta 2 Creación de Post para los perfiles de *Facebook* y *Twitter* ABC GT.

Objetivo	¿Qué?	¿Cómo?	¿Cuándo?	¿Dónde?	¿Quién?	¿Cuánto?
Generar más formalidad y profesionalismo a la comunicación externa	Creación del correo electrónico institucional	Registrando una cuenta de correo electrónico	Durante la tercera semana de agosto	En la página de Gmail	Epesista	Q.100.00

Fuente: Elaboración propia

Es importante generar constantemente contenido para las redes sociales *Facebook* y *Twitter*, si el contenido que se publica no genera alcance ni interacciones con el público una alternativa es promocionar la información por medio de *Facebook* e intentar crear contenido en otro formato como videos multimedia o contenido de interés general para tener un mayor alcance y confirmar la presencia de la organización en plataformas virtuales.

2.8.3 Propuesta 3 Creación de videos informativos

Objetivo	¿Qué?	¿Cómo?	¿Cuándo?	¿Dónde?	¿Quién?	¿Cuánto?
Mejorar la imagen institucional y generar confianza sobre el contenido generado para redes sociales	Creación de videos informativos	Creando contenido informativo con logos de la organización	Durante la cuarta semana de agosto	En la aplicación de edición de videos YouCut-Video	Epesista	Q.300.00

Fuente: Elaboración propia

La importancia de esta estrategia a ejecutar se enfoca directamente en el contenido para publicarse tanto en *Facebook* como *Twitter* ya que con contenido multimedia se logra alcanzar más rápido y a un grupo más grande de personas, ya que en él se combina imagen, texto y música.

2.3.4 Propuesta 4 Retroalimentación de las cuentas de *Facebook* y *Twitter*

Objetivo	¿Qué?	¿Cómo?	¿Cuándo?	¿Dónde?	¿Quién?	¿Cuánto?
Lograr un mayor alcance para visibilizarse en plataformas virtuales	Creación de post para redes sociales	Publicando contenido informativo en los perfiles	Durante la cuarta semana del mes de agosto	En <i>Facebook</i> y <i>Twitter</i>	Epesista	Q.300.00

Fuente: Elaboración propia

El objetivo de esta estrategia será alimentar las cuentas de *Facebook* y *Twitter* de la información requerida para mostrar una mejor descripción de la organización y generar mayor confianza por parte del público al evidenciar su presencia, formalidad y constante alimentación en ellas.

otro contexto, la planificación y ejecución de las actividades conlleva la contratación de servicios profesionales, por lo cual la empresa se beneficia al no incurrir en dichos gastos toda vez que el plan se realiza como parte del proceso de práctica en el EPS de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

2.11 Presupuesto

1 computadora portátil	Q. 3,000.00
7 mensualidades de internet residencial	
Q.230 cada mes, de marzo a septiembre	Q. 1,610.00
Servicio de creación de la página web	Q. 500.00
Capacitación manejo de redes sociales organizacionales	Q. 150.00
Capacitación manejo de páginas web	Q. 150.00
Publicidad para <i>Facebook</i> por una semana	Q. 105.00
Total	Q. 5,515.00

2.12 Beneficiarios

Primarios

1. Alianza para el Bienestar y Conciliación del País y el Observatorio Nacional de Garantías Constitucionales y Derechos Humanos; será beneficiada la organización porque con las propuestas que se presentan se busca mejorar la imagen institucional generando mayor formalidad y visibilidad de la organización.
2. Los clientes, donantes o proveedores, generando mayor confianza hacia el trabajo que realiza la organización.

Secundarios

1. La epesista, al ejecutar el proyecto del Ejercicio Profesional Supervisado, se beneficia con la experiencia en la creación de un proyecto comunicacional en una organización.
2. La Escuela de Ciencias de la Comunicación, y la Universidad de San Carlos de Guatemala, al contribuir con la sociedad guatemalteca genera un valor agregado a la unidad académica y a la universidad por su participación y colaboración.

2.13 Recursos humanos

Quienes desarrollan tareas en la estrategia.

a) Epesista

Ejecutar cada una de las propuestas de la estrategia.

Impartir capacitación para el manejo de redes sociales organizacionales

Impartir capacitación para el manejo de páginas web

Creación de la página web

b) Comunicador social

Recibir las capacitaciones e Implementar el uso de la página web

c) Público general

Ser espectadores y público de las redes sociales y página web de la Alianza Para el Bienestar y Conciliación del País

2.14 Áreas Geográficas de Acción

Ciudad capital de Guatemala, zona 7 del municipio de Mixco.

2.15 Cuadro comparativo de la Estrategia

Actividad o producto Comunicacional	Objetivos específicos	Presupuesto	Recurso Humano	Área geográfica del impacto	Beneficiarios	Fecha de ejecución
Generación de un sitio web oficial	Generar mayor confianza y formalidad de la organización	Q.500.00 Q.230.00 internet	epesista	1era avenida 10-43 zona 10 ciudad de Guatemala	Comunicador a social y la organización Alianza Para el Bienestar y Conciliación del país	Del 10 al 14 de agosto
Creación de correo electrónico institucional	Fortalecer la imagen institucional de la organización	Q.230.00 1 mes de internet	epesista	1era avenida 10-43 zona 10 ciudad de Guatemala	Alianza para el Bienestar y Conciliación del País.	Del 17 al 21 de agosto
Creación de contenido multimedia y retroalimentación de <i>Facebook</i> y <i>Twitter</i> .	Fortalecer imagen institucional, generar mayor alcance y visibilidad en redes sociales	Q.230.00 1 mes de internet	Comunicadora social y epesista	1era avenida 10-43 zona 10 ciudad de Guatemala	Comunicador a social y la organización ABC.	Del 24 al 31 de agosto

Fuente: investigación propia

Capítulo 3

3. Informe de la ejecución

Para ejecutar cada una de las estrategias de comunicación que se plantean es necesario confirmar que estas respondan a los problemas detectados y a las deficiencias de la organización, todas van a ser ejecutadas de manera virtual por medio del epesista, enfocado hacia la comunicación externa es decir a los donantes y el público general.

3.1 Creación de la página web de la Alianza para el Bienestar y Conciliación del País

Se debe crear un sitio web oficial como una carta de presentación sobre la organización, realizar una observación de otras páginas web institucionales para tener un modelo a seguir, buscar un sitio donde se pueda crear de manera gratuita y asesoría por medio de instructivos para adaptar el manejo del sitio web a una nueva modalidad de comunicación por parte de ABC.

La creación del sitio web de ABC News GT se llevó a cabo en la segunda semana de agosto como se planificó en las actividades a realizar; la persona que participó en esta actividad fue la epesista quién trabajó con herramientas digitales en búsqueda de proporcionar a la organización una página web que presente e identifique a ABC News GT.

3.1.1 Objetivo de la Actividad

Fortalecer la imagen institucional de la organización y la comunicación externa con los proveedores, brindando mayor credibilidad del trabajo que se realiza en ella.

3.1.2 Público Objetivo

Esta estrategia fue dirigida hacia los proveedores de la organización, en este caso los donantes de ABC, futuros donantes y público general.

3.1.3 Medio Utilizado

La página web fue creada en el medio digital de Google Sites

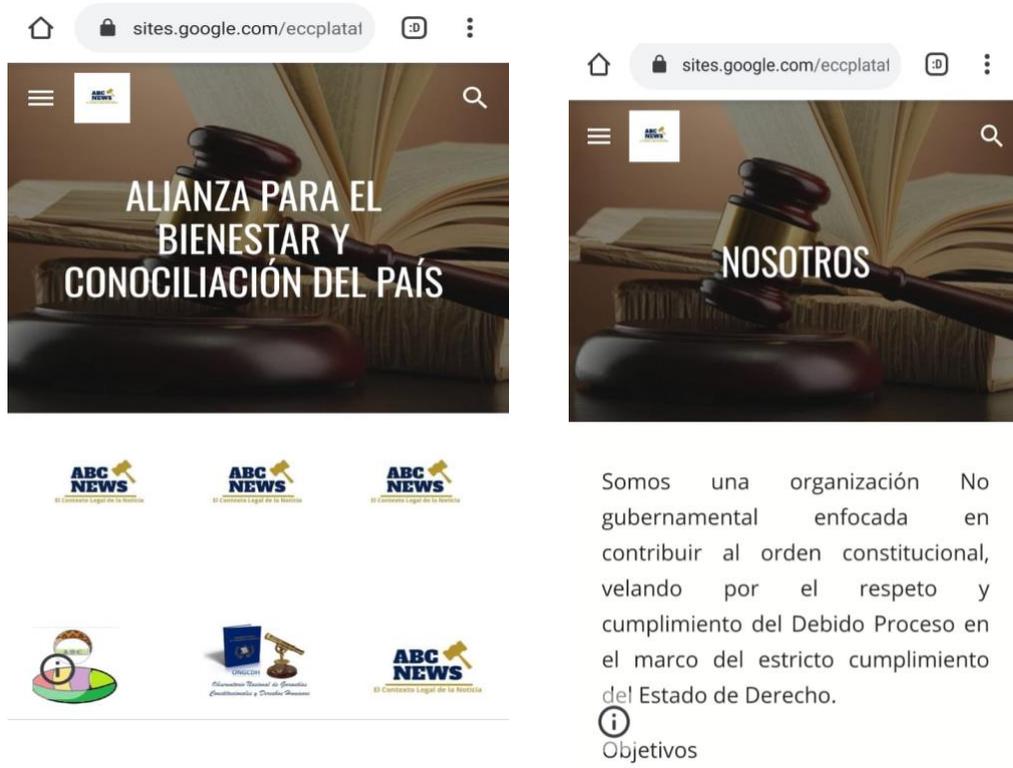
3.1.4 Área geográfica de impacto

Oficina de ABC GT 1era avenida 10-43 zona 10

3.1.5 Presupuesto en esta acción

Descripción	cantidad	Costo	Financista
Servicio de internet	1	Q.230.00	Epesista
Creación de la página web	1	Q.500.00	Epesista
TOTAL		Q.730.00	

Link de la página web <https://sites.google.com/eccplataforma.usac.edu.gt/abc/inicio>



Resultado de la creación de la página web

3.2 Creación de un correo electrónico institucional

El correo electrónico es un servicio que permite la emisión y recepción de mensajes textuales o multimedia por medio de la comunicación electrónica, también conocido como *e-mail*; Para poder utilizarlo es necesario contar con conexión a internet para poder acceder a una cuenta registrada previamente, es posible desde el celular o la computadora. (Muento, 2019)

La implementación del uso del correo electrónico institucional es de vital importancia para la comunicación externa con el público objetivo. Las plataformas virtuales facilitan la creación de un correo electrónico institucional con la opción de registrarse, llenar los datos correspondientes e iniciar la comunicación por medio de él.

Se creó una cuenta de correo electrónico con el nombre de ABC News GT que identifique a la organización y permita tener contacto directo con el equipo de trabajo de manera práctica como lo es la comunicación por medio de los correos digitales.

3.2.1 Objetivo de la Actividad

Fortalecer la imagen institucional

Generar mayor confianza con el público

Crear medio de comunicación directo con el público

3.2.2 Público objetivo

Esta estrategia fue dirigida hacia los donantes de la organización, futuros donantes y público general que quiera comunicarse con el equipo de ABC.

3.2.3 Medio Utilizado

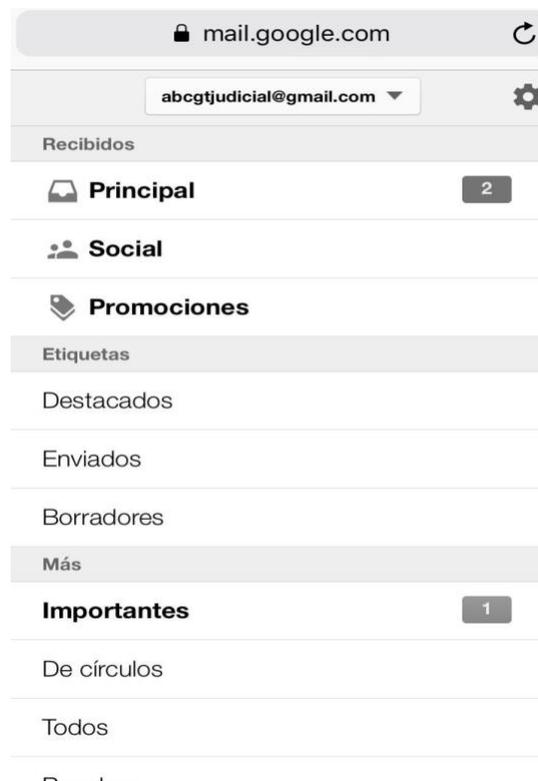
La cuenta de correo electrónico se creó en la plataforma digital de Gmail.

3.2.4 Área geográfica de impacto

Oficina de ABC 1era avenida 10-43 zona 10

3.2.5 Presupuesto en esta acción

Descripción	cantidad	Costo	Financista
Servicio de internet	1	Q.230.00	Epesista
Creación de la cuenta en Gmail	1	Q.100.00	Epesista
TOTAL		Q.330.00	



Cuenta de correo en Gmail

3.3 Creación de videos informativos

Según el monitoreo y observación realizada a los perfiles en redes sociales, solamente se contaba con un video en la página de *Facebook*, por lo que anteriormente se sugirió crear contenido multimedia como lo son los videos, generando mayor alcance e interés por parte del público.

Se creó contenido multimedia, con un total de tres videos con frases informativas en el contexto legal que identifican el trabajo de la organización en búsqueda de la atención del público dentro de las plataformas virtuales de *Facebook* y *Twitter*, así evidenciando la presencia de la organización dentro de ellas.

Los videos institucionales o informativos con logos de la organización generan más profesionalismo y credibilidad a la página o perfil en cualquier plataforma virtual con la variedad de formatos y contenido que publican.

Para la creación de los videos se utilizó la Aplicación You-Cut-Video Editor, en ella se agregó música de fondo, texto con frases informativas e información de la ONG, utilizando el logo de ABC News GT de fondo.

3.3.1 Objetivo de la Actividad

Mejorar la imagen institucional de ABC News GT y generar confianza y presencia en el contenido generado para las redes sociales.

3.3.2 Público objetivo

Esta estrategia fue dirigida para el público general, donantes y futuros donantes de la organización que sean espectadores del contenido publicado en las plataformas virtuales.

3.3.3 Medio Utilizado

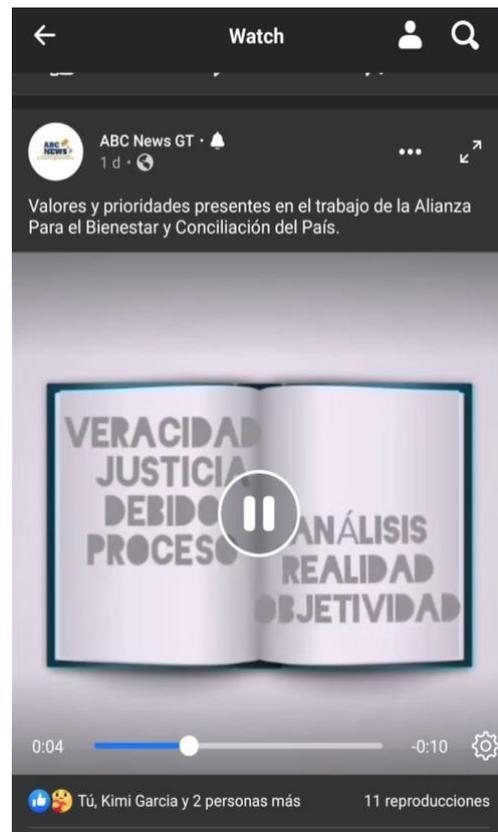
Aplicación de edición de videos YouCut- Video Editor

3.3.4 Área geográfica de impacto

Oficina de ABC GT 1era Avenida 10-43 zona 10, Ciudad de Guatemala

3.3.5 Presupuesto en esta acción

Descripción	cantidad	Costo	Financista
Servicio de internet	1	Q.230.00	Epesista
Creación de videos informativos	3	Q.300.00	Epesista
TOTAL		Q.530.00	



← ABC News GT →

Inicio Información Fotos Videos Comunidad F



ABC News GT

2 h · 🌐



Kimi Garcia

3 reproducciones



Me gusta



Comentar



Compartir



ABC News GT

1 d · 🌐



Enviar mensaje



3.4 Retroalimentación de las páginas de *Facebook* y *Twitter* de ABC News GT

Para tener perfiles más atractivos y más formales en las plataformas virtuales es necesario retroalimentarlo constantemente para que el contenido llegue a más personas con más interacciones, más comentarios, que se compartan las publicaciones, que se retuitee o se responda a él.

Las cuentas de *Facebook* y *Twitter* fueron retroalimentadas

1. Se añadió información y una breve descripción de la organización.
2. Se agregó la dirección de la oficina, correo electrónico, y que tipo de organización es.
3. Se creó un logo donde se identifique que la organización es guatemalteca con el GT para el logo de la imagen de *Facebook* y *Twitter*
4. Se pagó publicidad en *Facebook* para obtener mayor alcance y me gusta en la página.
5. Se promocionó una nota informativa con relación al caso de Thelma Aldana y su orden de captura para obtener más reacciones e interacciones.
6. Se publicaron los videos creados con frases informativas y el logo de ABC GT evidenciando la presencia de la organización en las plataformas virtuales.

3.4.1 Objetivo de la Actividad

Lograr mayor alcance y visibilidad en redes sociales.

3.4.2. Público objetivo

Seguidores de *Facebook* y *Twitter* de ABC News Gt.

3.4.3 Medio Utilizado

Plataformas virtuales, *Facebook* y *Twitter*.

3.4.4 Área geográfica de impacto

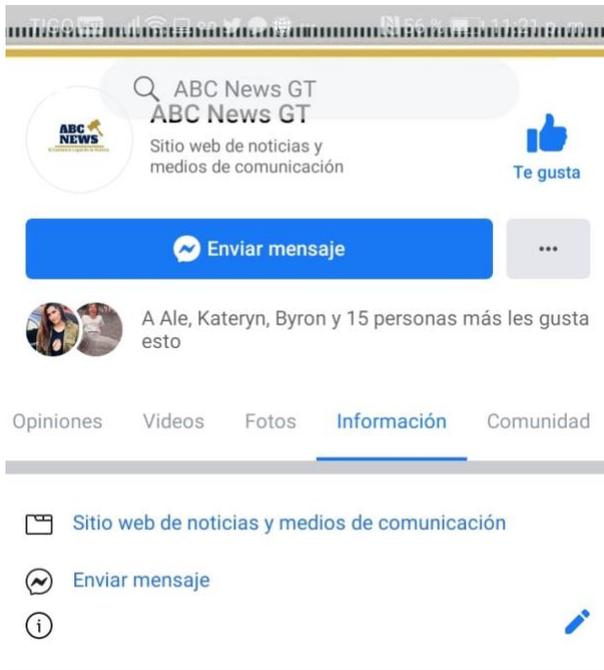
Oficina de ABC News GT 1era Avenida 10-43 zona 10, Ciudad de Guatemala

3.4.5 Presupuesto en esta acción

Descripción	Cantidad	Costo	Financista
Servicio de internet	1	Q.230.00	Epesista
Retroalimentación de páginas en redes sociales	1	Q.300.00	Epesista
TOTAL		Q.530.00	

Facebook antes





Facebook ahora





Twitter antes



Twitter ahora

DEBIDO PROCESO JUSTICIA ANÁLISIS REALIDAD VERACIDAD OBJETIVIDAD

VERACIDAD **ABC NEWS** DEBIDO PROCESO

ANÁLISIS OBJETIVIDAD **ABC NEWS** VERACIDAD REALIDAD

El Contexto Legal de la Noticia

DF JUSTICIA ANÁLISIS REALIDAD VERACIDAD OBJETIVIDAD

ABC NEWS

Editar perfil

ABC News GT

@abcjudicialgt

Somos un medio informativo que traslada noticias del acontecer nacional, con una perspectiva legal y analítica.

📍 Guatemala 📅 Se unió en febrero de 2019

104 Siguiendo 11 Seguidores

Tweets Tweets y respuestas Multimedia Me gust

ABC News GT @abcjudicialgt · 3h
#ABCGT #PAZ #JUSTICIA #VERDAD

NO HAY FELICIDAD SIN PAZ
Y NO PUEDE HABER PAZ SIN JUSTICIA

Conclusiones

En la realización de este proyecto se estableció que toda organización tiene planes estratégicos comunicaciones alcanzados o por alcanzar, evidenciando a la comunicación como parte fundamental de toda organización. El proyecto se conforma de tres fases en las que se trabajó

1. El diagnóstico de comunicación
2. El plan estratégico de comunicación
3. Ejecución de la estrategia

En el diagnóstico se determinó que la comunicación externa requería de propuestas que solventaran deficiencias tales como la ausencia de una página web, el perfil incompleto que tenían las páginas en redes sociales, el bajo alcance en las redes sociales *Facebook* y *Twitter*, la ausencia de un correo institucional que facilitara y fortaleciera la comunicación y seguridad del público con ABC News GT, el cual es el medio informativo de la organización.

También se evidenció que la Alianza Para el Bienestar y Conciliación del País genera contenido sensible en el ámbito de justicia rodeado de denuncias y exigencias por lo que no se busca viralizar el contenido que trabajan y presentan, pero si darse a conocer como organización.

En el plan estratégico de comunicación se crearon y ejecutaron propuestas para dar solución a las deficiencias comunicacionales enfocadas hacia la comunicación externa dirigida a los donantes de la ONG y el público general.

Se fortaleció el sistema de comunicación externo para ABC y la relación con los donantes, futuros donantes y público general.

Se proyectó la estrategia de comunicación digital que mejoró la imagen institucional por medios digitales.

Se generó mayor visibilidad en los perfiles de las redes sociales.

Recomendaciones

- a) Se sugiere que se capacite al personal de comunicación de la Alianza Para el Bienestar y Conciliación del País en temas de comunicación digital enfocada al manejo de Páginas web y redes sociales para obtener un mayor alcance e impacto en ellas, tanto para el público general como para su público objetivo.
- b) Es importante que se mantenga los perfiles de las plataformas digitales activos con contenido de interés general y con contenido actual para provocar visibilidad en ellas.
- c) Se recomienda continuar con la creación de contenido multimedia para las plataformas virtuales, ya que con este tipo de contenido es más fácil de captar la atención del público. Se debe recordar hay que recordar que una imagen vale más que mil palabras y si a esa imagen proyectada se agrega movimiento o algún tipo de llamativo a la información el mensaje predomina en las noticias e información que se encuentra en los perfiles.
- d) Las plataformas virtuales tienen la opción de pagar publicidad para lograr un mayor alcance al público objetivo, se recomienda utilizar la herramienta de la publicidad para lograr una mayor visibilización de ABC NEWS GT.
- e) Para que la página web tenga espacio en los buscadores de internet y no solamente en Google Sites donde fue creada se recomienda comprar el dominio, siendo éste el nombre y dirección de la página web.
- f) A los futuros investigadores se recomienda continuar con la investigación teniendo como objeto de estudio el público objetivo, y generar un medio de comunicación externo extra, para mejorar la atención hacia proveedores.
- g) A los estudiantes, se recomienda realizar análisis profundos de comunicación externa de ésta y otras organizaciones para tener referencias de cómo funcionan los tipos de comunicaciones organizacionales y sus modelos.

Referencias Bibliográficas

- ABC, T. d. (23 de mayo de 2020). *Definición ABC, tu diccionario hecho fácil* . Obtenido de <https://www.definicionabc.com/social/crisis.php>
- Acosta, M. (s.f.). *ENTREVISTA DE PROFUNDIDAD PARA CONOCER LA ENTREVISTA DE PROFUNDIDAD COMO UN INSTRUMENTO PARA CONOCER LOS ESTILOS DE APRENDIZAJE DE LOS ESTUDIANTES DE LAS CIENCIAS EXPERIMENTALES* . Obtenido de <http://servicio.bc.uc.edu.ve/ingenieria/revista/n2-2006/2-5.pdf>
- Ander-Egg, E. (2003). *Técnicas para la recogida de datos e información* . Buenos Aires: Lumen-Hvmanitas.
- Armijo, C. (2020). Planteamiento Estrategico de la biblioteca de la facultad de Farmacia y Bioquímica de la Universidad Mayor de San Marcos. *Tesis de Licenciatura*. Universidad Mayor de San Marcos, Perú. Recuperado el 2020
- Bonilla, L. F. (2007). EL MUESTREO PROBABILÍSTICO COMO UN INSTRUMENTO DE MEDICIÓN EN INVESTIGACIONES DE MERCADO EN UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE MARKETING. *Tesis de Licenciatura*. Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala.
- Crotte, I. R. (24 de julio de 2011). *ELEMENTOS PARA EL DISEÑO DE TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN: UNA PROPUESTA DE DEFINICIONES Y PROCEDIMIENTOS EN LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA*. Obtenido de *ELEMENTOS PARA EL DISEÑO DE TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN: UNA PROPUESTA DE DEFINICIONES Y PROCEDIMIENTOS EN LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA*: <https://www.redalyc.org/pdf/311/31121089006.pdf>
- Díaz, S. (2014). “COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y TRABAJO EN EQUIPO”(ESTUDIO REALIZADO EN UNA INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR EN LA CIUDAD DE QUETZALTENANGO). (*Tesis de licenciatura*). Universidad Rafael Landívar, Quetzaltenango.

- EcuRed. (23 de mayo de 2020). *EcuRed*. Obtenido de EcuRed: https://www.ecured.cu/Cambio_Organizacional
- Mejía, O. (2012). USO DE LAS REDES SOCIALES COMO MEDIO COMERCIAL. *Tesis de licenciatura*. Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala.
- Mejías, B. -O. (2009). OBJETIVOS ORGANIZACIONALES VS SISTEMAS DE COMPENSACIÓN EMPRESAS CONSULTORAS DE INGENIERÍA IPC EN VENEZUELA. *OBJETIVOS ORGANIZACIONALES VS SISTEMAS DE COMPENSACIÓN EMPRESAS CONSULTORAS DE INGENIERÍA IPC EN VENEZUELA*. Universidad Católica Andrés Bello, Caracas.
- Pazmiño, A. (2012). ESTRUCTURACIÓN Y APLICACIÓN DEL MANUAL DE PROCESOS COMO INSTRUMENTO PARA AFIANZAR EL MODELO DE GESTIÓN DE LA EMPRESA A SANTIAGO PÉREZ INVESTIGACIÓN Y ESTUDIOS DÍA. LTDA. *Tesis de ingeniería en gerencia y liderazgo*. Universidad Politécnica Salesiana, Quito.
- Rodríguez, M. W. (03 de 31 de 2020). Condiciones para realizar un diagnóstico. Guatemala, Guatemala.
- Solares, M. d. (2009). PLANEACIÓN ESTRATÉGICA PARA UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS DE LIMPIEZA AUTOMOTRIZ. *Tesis de licenciatura*. Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala.
- Tello, W. (2015). "PLANEACIÓN ESTRATÉGICA PARA UNA EMPRESA COMERCIAL,UBICADA EN ZONA 8 CIUDAD GUATEMALA". *Tesis*. Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala.
- Tinti, K. (2015). Metodología del Diagnóstico Comunitario en la. *Tesis de Licenciatura*. Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala.
- Ubina, F. (2005). Diagnóstico y Propuesta de Comunicación Externa del Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza -CATIE- Guatemala. *Tesis de Licenciatura*. Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala.

Universidad Autónoma de Chapingo, M. (2019). *Eumed.net*. Obtenido de Eumed.net:
[http://www.eumed.net/libros-
gratis/2011a/895/Diagnostico%20de%20Comunicacion.htm](http://www.eumed.net/libros-gratis/2011a/895/Diagnostico%20de%20Comunicacion.htm)

Zygmunt Bauman, D. L. (2013). *Vigilancia Liquida* . Buenos Airres: Paidos.

Anexos

Guía de observación

Nombre de la institución: Alianza Para el Bienestar y Conciliación del País.

Objeto de observación: Comunicación externa de la organización

Fecha: Mes de mayo de 2020

Aspectos presentes/ausentes en la comunicación externa de ABC News GT	Si	No
La organización tiene comunicación externa	x	
Se tiene claro hacia quienes se dirige su comunicación externa	x	
Se cuenta con perfiles institucionales en redes sociales	x	
Se cuenta con un sitio web		x
Existe interacción en redes sociales con el público		x
Se tiene claro el público objetivo de la organización	x	
Los clientes se comunican con el equipo de trabajo		x
Existe un canal de comunicación del equipo de trabajo con el público general	x	
Se logra un alto nivel de alcance con el público general		x
Se puede mejorar la comunicación externa de la organización	x	
Se tienen identificadas las debilidades en la comunicación dirigida a su público objetivo		x
Se planifica la información que se traslada a los donantes	x	
Se planifica la información que se traslada al público general		x

Encuesta



Encuesta sobre ABC y el ONGCDH

Encuesta para conocer la visibilidad que tiene la organización dentro del público general

¿Conoces a ABC News y el ONGCDH? *

- Sí
- No

¿Has leído o escuchado sobre la Alianza para el Bienestar y Conciliación del País? *

- Sí
- No

¿Has leído o escuchado sobre el Observatorio Nacional de Garantías Constitucionales y Derechos Humanos? *

- Si
- No

¿Las organizaciones que no son visibilizadas en Internet están destinadas a fracasar fuera de la red? *

- Verdadero
- Falso

¿Cuál es el instrumento que da mayor visibilidad en internet una institución? *

- página en redes sociales
- sitio web
- ambos

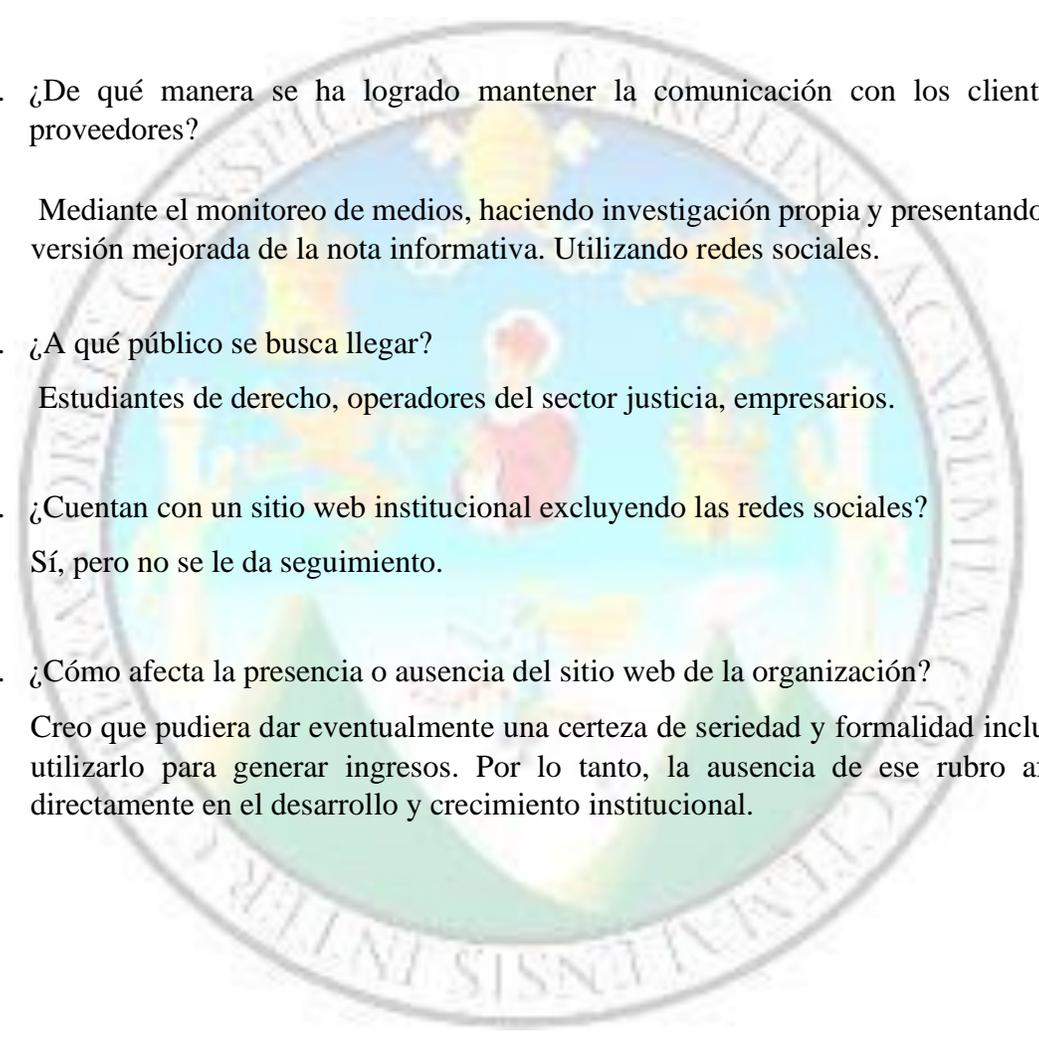
Entrevista de profundidad



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

Entrevista de profundidad dirigida al Gerente General de la Alianza para el Bienestar y Conciliación del País y el Observatorio Nacional de Garantías Constitucionales y Derechos Humanos Jorge Herrera

1. ¿Qué medios de comunicación se utilizan en la organización?
WhatsApp, Facebook, Twitter, email.
2. ¿Cuál es el mayor desafío que tiene la comunicación externa de la organización? La recolección, el análisis y la divulgación de la información. Además de la generación de contenido sobre todo por la coyuntura, el cierre de los tribunales de justicia ha generado un déficit de contenido.
3. ¿Se ha logrado mantener activa la comunicación externa aún con la crisis actual generada por el covid-19?
Ha mermado en un 90%

- 
4. ¿De qué manera se ha logrado mantener la comunicación con los clientes o proveedores?

Mediante el monitoreo de medios, haciendo investigación propia y presentando una versión mejorada de la nota informativa. Utilizando redes sociales.

5. ¿A qué público se busca llegar?

Estudiantes de derecho, operadores del sector justicia, empresarios.

6. ¿Cuentan con un sitio web institucional excluyendo las redes sociales?

Sí, pero no se le da seguimiento.

7. ¿Cómo afecta la presencia o ausencia del sitio web de la organización?

Creo que pudiera dar eventualmente una certeza de seriedad y formalidad inclusive utilizarlo para generar ingresos. Por lo tanto, la ausencia de ese rubro afecta directamente en el desarrollo y crecimiento institucional.

Fotografías de las conferencias impartidas



GRABANDO Jose Torres está presentando 105 18:23

Contenido

Tema 1

2. PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN

2.1 Descripción técnica del Plan Estratégico de Comunicación

2.2 Objetivos de la Estrategia

2.2.1 Objetivo General:

2.2.2 Objetivos Específicos:

Tema 2

2.3. Misión:

2.4. Visión

2.5. Elementos comunicacionales

2.6. Alcances y límites de la Estrategia

2.7. Metodología

2.8. Actividades

Detalles de la reunión

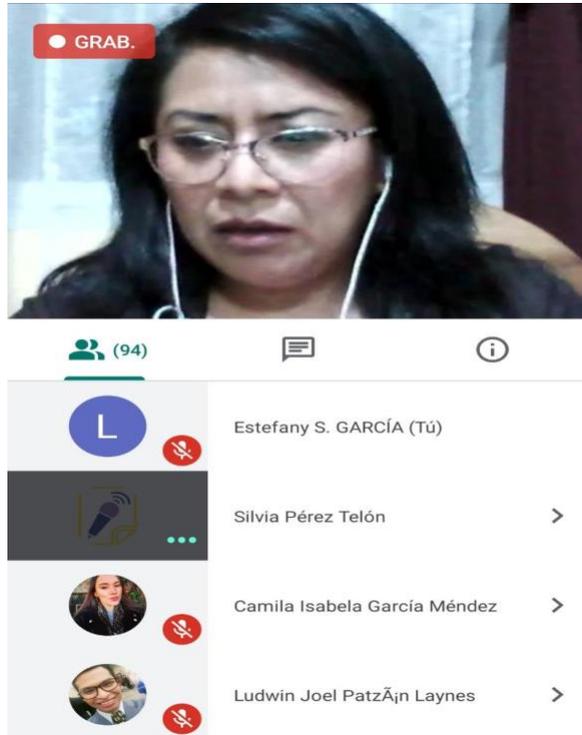
Jose Torres está presentando su pantalla

COMUNICACIÓN I

HERRAMIENTAS

- Reuniones
- Newsletters
- Revista corporativa
- Circulares
- Tablón de anuncios
- Intranet
- Red social o comunidad interna
- Buzón de sugerencias
- Desayunos productivos
- Eventos o actos empresariales
- Videoconferencia
- Manual del empleado
- Círculos de calidad: Encuestas
- Incentivos laborales
- Capacitaciones
- Canales más informales como Whatsapp





usk-zsqw-khh

GRAB.

Controlar

El control de proyecto tiene como objetivo principal el mantener el proyecto alineado con sus objetivos. En este capítulo analizaremos el método del valor ganado o valor de trabajo realizado utilizado para el control de costes, plazos, y alcances de proyecto.

Lourdes Ma. Ramírez Nájera

Tú Heyla Lucero... 66 personas ...

Call, Screen Share, Mute, More

Cotizaciones

Precios de páginas web



+502 2230-5719 info@crcompumania.com f t G+ RSS Nosotros

Inicio SEO Paginas Web **CR** Compumania Venta de Computadoras Reparacion y mantenimiento Apps Web

Así que sin más preámbulo, te dejo un resumen del **cobro que realizan algunas empresas que ofrecen este servicio en Guatemala.**

*El listado de empresas se ha elegido de las primeras 3 páginas de resultados de Google, utilizando el término de búsqueda «**páginas web en Guatemala**».*

Se han omitido las empresas que no muestran el cobro por este servicio desde su portal web.

**Si estas utilizando un teléfono y deseas ver todo el contenido, simplemente desliza la información de la siguiente tabla de izquierda a derecha.*

Empresa	Plan 1	Plan 2	Plan 3	Observaciones
webs.es.gt	Q400.00			Incluye: Dominio, Hosting, Correo Corporativo y Fanpage de Facebook
				Rápido, sencillo y sin



Páginas web | Tiendas virtuales | Portales web | Cuentas de correo | Contáctenos

PÁGINAS WEB PROFESIONALES

Diseño de páginas web profesionales
Paquete todo incluido a solo Q.1,250.00 al año.
Aproveche esta promoción por tiempo limitado

paginaswebpara.todos.com

INICIO NOSOTROS PRECIOS PORTAFOLIO CON

Paquete 1 / PYMES

pequeños negocios

- Diseño de Página Web
- Dominio .COM
- Hosting 1GB
- 3 Cuentas de correo
- Vínculos a Redes Sociales
- Formulario de Contacto
- Servidor con registros de seguridad

Q1,350 ANUAL

Paquete 2 / PLUS

Negocios medianos

- Diseño de Página Web Responsive
- Dominio .COM.GT / .ORG / .GOB.GT / .EDU.GT
- Hosting 2GB
- 5 Cuentas de Correo
- Vínculos a Redes Sociales
- Formulario de Contacto
- 2 Meses de Manejo Mensual Gratis
- Servidor con registros de seguridad

Q1,850 ANUAL

Paquete 3 / Avanzado

Empresas medianas a grandes

- Diseño de Página Web Responsive
- DOMINIO .COM.GT / .ORG / .GOB.GT / .EDU.GT
- Hosting 5GB
- 10 Cuentas de Correo
- Vínculos a Redes Sociales
- Formulario de Contacto
- 3 Meses de manejo Mensual Gratis
- Servidor con registros de seguridad

Q2,800 ANUAL

Paquete 4 / Pro

Empresas grandes

- Diseño de Página Web Responsive
- DOMINIO .COM.GT / .ORG / .GOB.GT / .EDU.GT
- Hosting 10GB
- 20 Cuentas de Correo
- Vínculos a Redes Sociales
- Formulario de Contacto
- 3 Meses de manejo Mensual Gratis
- Servidor con registros de seguridad

Q3,500 ANUAL

Paquete 5 / ilimitado

Empresas grandes

- Diseño de Página Web Responsive
- DOMINIO .COM.GT / .ORG / .GOB.GT / .EDU.GT
- Hosting 10GB
- Cuentas de Correo ilimitadas
- Vínculos a Redes Sociales
- Formulario de Contacto
- 4 Meses de manejo Mensual Gratis
- Servidor con registros de seguridad

Q4,500 ANUAL

Precios de post para redes sociales

REDES SOCIALES

PARTNER POST

Content Post, es la estrategia de creación y publicación de contenido en redes sociales, se trata un estilo de "Recomendación del medio" en cumplimiento de objetivos alineados a las marcas. La estrategia incluye producción de fotografías o elementos que se pueden incluir a una línea de comunicación propia del medio, de esta forma generar de manera natural la recomendación de Soy502 para la audiencia.

- Recomendación de Soy502 en cumplimiento a objetivos de marca.
- Producción por Soy502.

Opciones de formatos

Producción a cargo de Soy502

Opción A	Opción B	Opción C	Opción D
POST FACEBOOK	POST INSTAGRAM	STORY FACEBOOK	STORY INSTAGRAM

2 formatos a escoger

DURACIÓN	Estrategia de 1 semana
PRECIO	\$2,000.00

Publicación y distribución de contenido entregado por cliente en redes sociales.

- Entrega de materiales por parte de cliente.
- Sugerencia de SoySOI en copy y momento de publicación, para aprobación en conjunto.

Opciones de formatos

Producción a cargo del cliente

Opción A

POST FACEBOOK

Opción B

POST INSTAGRAM

Opción C

STORY FACEBOOK

Opción D

STORY INSTAGRAM

2 formatos a escoger		1 formato a escoger	
DURACIÓN	Estrategia de 1 semana	DURACIÓN	Estrategia de 1 semana
PRECIO	\$1,600.00	PRECIO	\$1,000.00

Tarifas del servicio de un *community manager*

Twitter uruguay WhatsApp
Youtube Zuckerberg

ARCHIVOS

- junio 2019
- mayo 2019
- julio 2018
- junio 2018
- mayo 2018
- enero 2018
- diciembre 2017
- noviembre 2017
- junio 2017
- febrero 2017
- septiembre 2016
- junio 2016
- diciembre 2015
- mayo 2015
- enero 2015
- diciembre 2014
- agosto 2014
- julio 2014
- junio 2014
- mayo 2014
- abril 2014
- marzo 2014
- febrero 2014
- diciembre 2013

E-book “Cuánto gana un Community Manager en Latinoamérica y España”

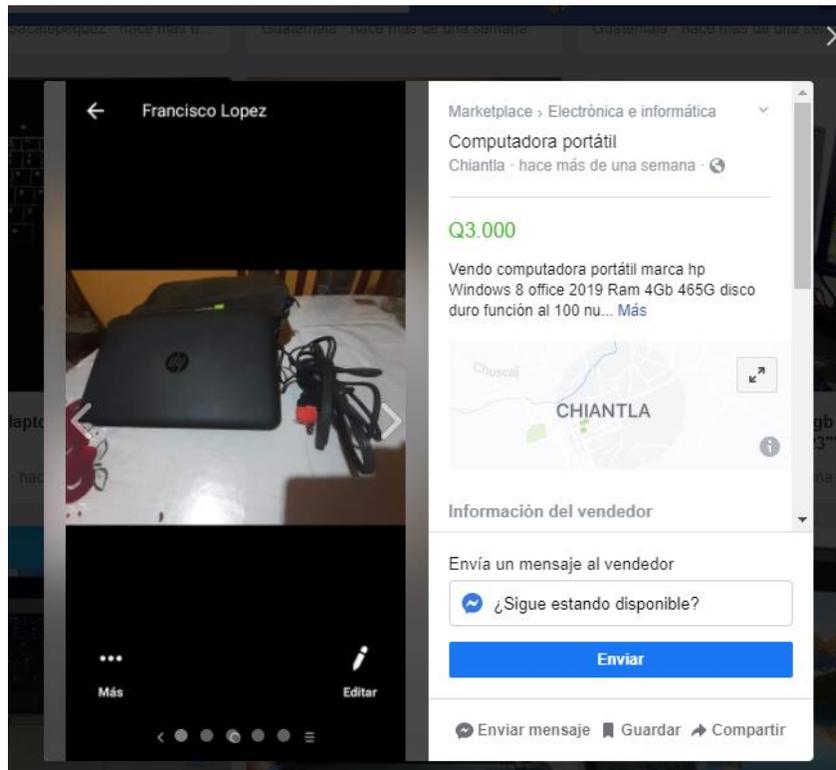
El trabajo de Vilma Núñez incluye el sueldo promedio obtenido luego de entrevistar a más de 500 personas (que varían de acuerdo al país), así como también una guía para crear propuestas, planes de contenidos y presupuestos.

Las cifras son un promedio según lo que contestaron profesionales en los diferentes países.

Lo que cobran los Community Manager por mes

- Argentina – 4000 pesos argentinos / mes
- Ecuador – 350 dólares / mes
- Colombia – 450000 pesos colombianos / mes
- República Dominicana – 25000 pesos dominicanos / mes
- El Salvador – 150 dólares / mes
- Paraguay – 2000000 / mes
- Chile – 600 dólares / mes
- Costa Rica – 200 dólares / mes
- México – 7000 pesos mexicanos / mes
- Guatemala – 500 dólares / mes
- Panamá – 500 dólares / mes
- Perú – 600-800 soles / mes
- Bolivia – 200 dólares / mes
- España – 300€ y 500€ / mes
- Uruguay – 500 dólares / mes

Cotización de computadora portátil



Cotización del servicio mensual del internet

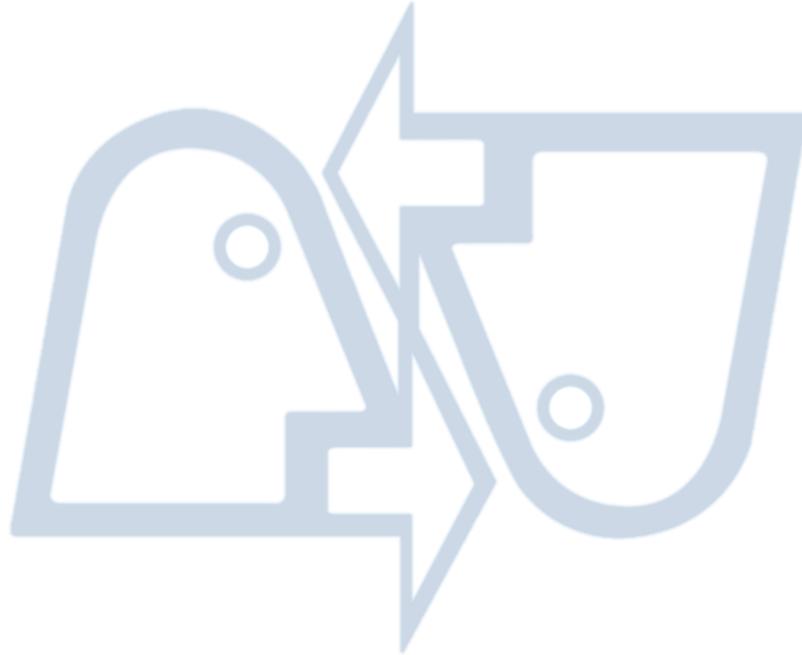


Cotización de publicidad en *Facebook*

The image shows a screenshot of the Facebook interface for the page 'ABC News GT'. At the top, there are three tabs: 'Resumen', 'Anuncios', and 'Notificaciones'. Below these are navigation tabs: 'Inicio', 'Información', 'Fotos', 'Videos', 'Comunidad', and 'S...'. A menu is open, listing several options:

- Llegar a personas que están cerca por Q15
Promociona tu negocio en Guatemala
- 80 seguidores
- 15 personas alcanzadas con tus publicaciones esta semana
- Enviar mensaje
- Promociona tu página por Q15
Llega a más personas en Ciudad de Guatemala
- Promociona tu llamada a la acción por Q15
Anima a las personas en Guatemala a realizar una acción

At the bottom of the menu is a blue button with a pencil icon and the text 'CREAR PUBLICACIÓN'.



Comunicación

creando futuro