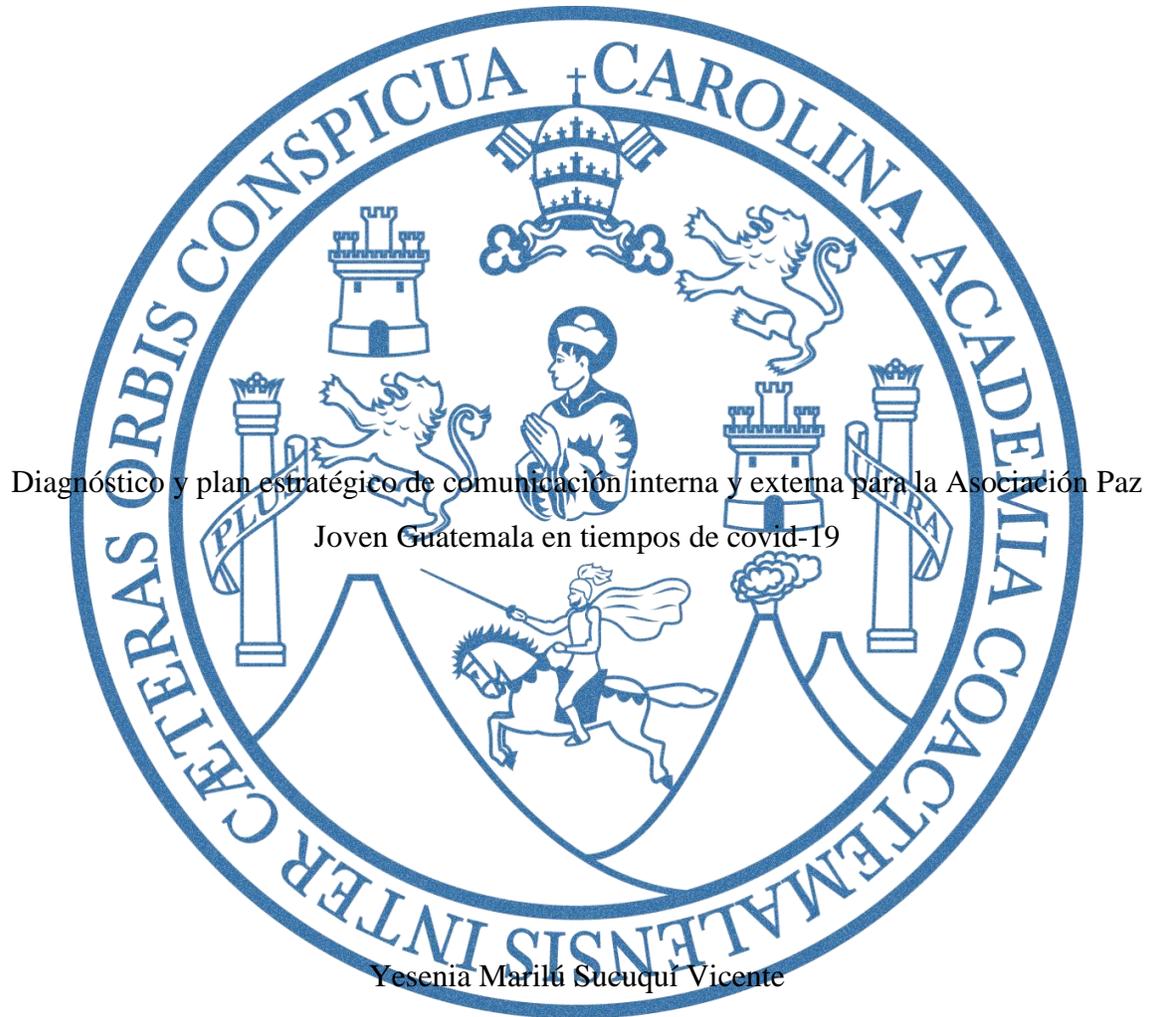




Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación



Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Guatemala, Octubre de 2020



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



Diagnóstico y plan estratégico de comunicación interna y externa para la Asociación Paz
Joven Guatemala en tiempos de covid-19

Yesenia Marilú Sucuquí Vicente

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

Asesor
M.A, Marvin Sarmiento

Guatemala, Octubre de 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

Supervisor

Lcdo. Mynor René Martínez y

M.A. Edgar Martínez García



Guatemala 21 de mayo del 2020
EPSL-C81-2020

Licenciada:

María Luisa Méndez
Directora General
Paz Joven Organización
Ciudad Guatemala.

Distinguida Licenciada Méndez:

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 **Yesenia Sucuquí Vicente**, carné no. **201321923** quién manifestó su deseo de hacer Práctica Supervisada en su institución. Por disposiciones superiores en la Universidad de San Carlos de Guatemala, 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,



"ID Y ENSEÑAR A TODOS"

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





Guatemala 17 de julio 2020

Dr. José María Torres

Coordinador de la Unidad de EPS
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Presente

Estimada Dr. José María Torres por este medio autorizamos que la estudiante Yesenia Sucuqui Vicente con No. de carné 201321923 realice su Ejercicio Profesional Supervisado (Eps) en nuestra institución, aceptamos que pueda realizar sus horas de Eps en modalidad virtual y de manera presencial si el caso lo requiera.

Sin más, agradezco su comprensión.

Atentamente,

José Alejandro Méndez

Director de Comunicación
Paz Joven Guatemala



Guatemala, octubre 21 de 2020

Estudiante de EPS de Licenciatura
Yesenia Marilú Sucuquí Vicente
Carné No. 201321923
Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Luego de evaluado su trabajo académico impreso y de manera virtual titulado: **“Diagnóstico y plan estratégico de comunicación interna y externa para la Asociación Paz Joven Guatemala en tiempos de covid-19”** 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.

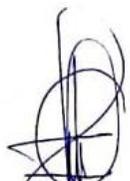
Por tanto, se autoriza el trabajo final en el acta de cierre respectiva e impresión de su trabajo final de EPSL en un número de cinco (5) ejemplares impresos; así como tres (3) CD's con el documento incluido en formato PDF, los cuales deberá entregar a la Biblioteca Flavio Herrera, Biblioteca Central y a la Coordinación de EPSL de la E.C.C.

Sin más que hacer constar:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”


M.A. Marvin Sarmientos
Supervisor


M.A. Evélin Morazán
Supervisora


Dr. José María Torres Carrera
Coordinador



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

Dedicatoria

A Dios:

Por guiarme en el recorrido de todo mi camino y permitirme llegar hasta el lugar y momento en el que me encuentro, por darme la sabiduría para salir adelante en cada situación que se presentó a lo largo de este recorrido. En momentos de desfallecimiento me brindo la fortaleza que me ayudó a seguir luchando.

A mis padres:

Rosa Vicente y Sebastián Sucuquí por ser quienes que a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y estar siempre a mi lado en este recorrido profesional, por su apoyo incondicional, sus palabras de aliento y los regaños cuando fueron necesarios.

A mi hermano:

Wilson Estuardo por aportar su granito de arena cuando lo necesité.

Demás familia:

Por ser parte especial de mi vida, quienes directa o indirectamente aportaron su granito de arena, por esas palabras de aliento en el momento justo, por su alegría a cada uno de mis logros.

A mis amigos y amigas:

Por ser parte fundamental en este proceso, quienes en todo momento me brindaron su ayuda, palabras de ánimo, consejos, por el apoyo mutuo y ser inspiración para mí. Gracias por su amistad y vivir junto a mí los malos y buenos momentos.

Agradecimientos

A la Universidad de San Carlos de Guatemala:

Por ser mi casa de estudios, quien me abrió las puertas y brindarme un espacio para poder crecer como persona y como profesional.

A la Escuela de Ciencias de la Comunicación:

Por ser la unidad académica que me brindó los conocimientos necesarios que me permiten ejercer mi profesión.

A los catedráticos:

Por ser quienes me formaron como profesional en estos años y convertirse en un ejemplo a seguir. Por el esfuerzo que hacen con todos.

A la Asociación Paz Joven Guatemala y Alejandro Méndez:

Por permitirme trabajar para ellos y brindarme la información que sirvió para la realización de este proyecto.

A mi asesor Marvin Sarmientos:

Por todo el apoyo en la realización de dicho proyecto, por el esfuerzo, tiempo y empeño que dedicó en cada fase.

Índice

Introducción.....	i
Antecedentes.....	ii
Justificación.....	iv
Capítulo 1	1
1Diagnóstico de Comunicación.....	1
1.1 Institución.....	1
1.2 Perfil institucional	1
1.3 Ubicación geográfica.....	2
1.4 Integración y alianzas estratégicas	5
1.5 Origen e historia	6
1.6 Departamentos o dependencias de la institución.....	8
1.7 Organigrama de la empresa	9
1.8 Misión.....	9
1.9 Visión	9
1.10 Objetivos institucionales.....	10
1.10.1 Objetivos específicos.....	10
1.11 Público objetivo.....	10
1.12 Diagnóstico.....	11
1.12.1 Objetivo General.....	11
1.12.2 Objetivos específicos.....	11
1.12 Técnicas de recolección de datos.....	16
1.12.1 Observación.....	16
1.12.2 Documentación.....	18

1.12.3 Entrevista.....	18
1.12.4 Encuesta.....	19
1.13 Interpretación de resultados.....	20
1.14 FODA	31
1.15 Problemas detectados	34
1.16 Planteamiento del problema comunicacional	34
1.17 Indicadores de éxito	34
1.18 Proyecto a desarrollar	35
Capítulo 2	36
2 Plan Estratégico de Comunicación	36
2.1 Descripción técnica de la estrategia del proyecto.....	36
2.2 Objetivos de la estrategia.....	37
2.2.1 Objetivo general	37
2.2.2 Objetivos específicos.....	37
2.3 Misión.....	37
2.4 Visión	37
2.5 Elementos comunicacionales.....	38
2.5.1 Comunicación	38
2.5.2 Comunicación interna.....	38
2.5.3 Comunicación externa	39
2.5.4 Emisor.....	39
2.5.4 Receptor.....	40
2.5.5 Mensaje.....	40
2.5.6 Código y lenguaje	40
2.5.7 Canal de comunicación.....	41

2.2.8 Ruido	41
2.5.9 Retroalimentación.....	41
2.5.10 Contexto	42
2.5.11 Manual metodológico	42
2.6 Alcances y límites de la estrategia.....	43
2.6.1 Alcances	43
2.6.2 Límites	44
2.7 Metodología para la aplicación de la estrategia comunicacional	44
2.8 Actividades para la operatividad de la estrategia	47
2.8.1 Propuesta 1	47
2.8.2 Propuesta 2	48
2.8.3 Propuesta 3	49
2.8.4 Propuesta 4	49
2.9 Cronograma	50
2.10 Financiamiento	51
2.11 Presupuesto.....	51
2.12 Beneficiarios.....	52
2.13 Recursos humanos	52
2.14 Áreas geográficas de acción	53
2.15 Cuadro Comparativo de la Estrategia.....	53
Capítulo 3	55
3. Informe de la ejecución	55
3.1 Nombre de la ejecución	55
3.1.1 Objetivo de la actividad.....	55
3.1.2 Medio utilizado.....	55

3.1.3	Área geográfica de impacto	55
3.1.4	Presupuesto en esta acción	56
3.2	Nombre de la ejecución	56
3.2.1	Objetivo de la actividad.....	56
3.2.2	Medio utilizado.....	57
3.2.3	Área geográfica de impacto.....	57
3.2.4	Presupuesto en esta acción	57
3.3	Nombre de la ejecución	58
3.3.1	Objetivo de la actividad.....	58
3.3.2	Medio utilizado.....	58
3.3.3	Área geográfica de impacto.....	58
3.3.4	Presupuesto en esta acción	58
3.4	Nombre de la ejecución	59
3.4.1	Objetivo de la actividad.....	59
3.4.2	Medio utilizado.....	59
3.4.3	Área geográfica de impacto.....	59
3.4.4	Presupuesto en esta acción	59
3.4	Programación y calendarización:.....	60
i.	Conclusiones.....	61
ii.	Recomendaciones	62
iii.	Referencias	63
iv.	Anexos.....	67
viii	Productos.....	86
ix	Cotizaciones	98

Introducción

El presente trabajo centra su desarrollo en la elaboración de un Plan Comunicacional que permita a la Asociación Paz Joven Guatemala continuar con su funcionamiento.

Previamente se realizó un proceso de investigación tanto interno como externo, esto con el objetivo de identificar las limitaciones a las que se enfrentaba la asociación en cuanto a sus procesos de comunicación durante la situación de covid-19.

Paz Joven Guatemala es una organización legalmente constituida, fundada en el 2005, como un espacio liderado por jóvenes y para los jóvenes; en donde se promueven capacidades y potencialidades para identificar, construir e incidir a nivel local, regional y nacional en el reconocimiento, garantía y ejercicio pleno de los derechos de adolescentes y jóvenes guatemaltecos, especialmente los derechos a la organización, participación ciudadana y educación integral en sexualidad.

Es actualmente una organización no lucrativa de jóvenes consolidada a nivel nacional, que surge como una respuesta a inquietudes y necesidades de jóvenes de todo el país de generar un espacio de discusión, análisis, aprendizaje y asociación creada por jóvenes y para jóvenes.

Debido a la situación en la que se encuentra el país por el covid-19 la asociación continuó funcionando de manera interna, sus programas de voluntariados y encuentros fueron pospuestos; determinando así que las debilidades se encontraban en la ejecución de los programas de voluntariados que ya se tenían planificados.

Por lo tanto dicho informe se centra en la estrategia comunicacional que permita a Paz Joven Guatemala seguir ejecutando sus programas y crear otros programas que ayuden a impulsar los procesos estratégicos que orientan el que hacer de esta institución académica: investigación, incidencia y formación en temas claves.

Antecedentes

Dentro de los antecedentes de Paz Joven se encuentra un informe a nivel universitario; una Tesis de Arquitectura y un informe de Tesis de Ingeniería Industrial que no está disponible en línea.

En una entrevista realizada a Alejandro Méndez colaborador del Departamento de Comunicación informó que han tenido practicantes a nivel diversificado pero no tienen un dato real de la cantidad o el área en que se han realizado las prácticas.

También mencionó que han tenido dos epesistas en el área de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, en el catálogo en línea de la Biblioteca Central de la Universidad no se encontró ningún informe disponible.

Se encuentran informes elaborados por la misma Asociación Paz Joven sobre los temas tratados en los distintos programas desarrollados, en dichos informes se encuentra una pequeña introducción a información importante sobre la asociación y sus programas.

Siendo este el primero estudio en su índole y carácter académico, realizado dentro de la Asociación Paz Joven de Guatemala en el Área de Comunicación. Como el primer antecedente realizado y documentado por un estudiante epesista en Ciencias de la Comunicación, se realiza en pro-mejoramiento en la comunicación en momentos de crisis.

Cada crisis es distinta por naturaleza, pero existen una serie de recomendaciones generales que son válidas para todas ellas. La mejor estrategia de comunicación que se puede implementar es la de transformar la amenaza que supone la crisis en una oportunidad para reforzar la organización. (Matelart, 1981)

Se debe estar en condiciones de aportar información de interés, el esfuerzo tiene que concentrarse en una irrenunciable actitud de compromiso con la información que ofrecen, elegir los canales y seleccionar los medios informativos que mejor permitan comunicarse con todos los públicos afectados para intentar lograr el control del mensaje.

Estudiar el comportamiento de los actores implicados o afectados para la actividad de la organización puede ayudar a detectar problemas que surgen durante la crisis, identificar para cada situación quienes serán los actores que puedan intervenir si se presenta una situación de crisis.

Las organizaciones deberían destinar un presupuesto fijo en el rubro de comunicaciones, por el concepto de líneas de emergencia. Que permita hacer frente a crisis futuras, tal y como lo hacen con presupuestos fijos para publicidad o para su funcionamiento general.

Para afrontar cualquier crisis, y hacerlo con un control que permita padecer en su mínima expresión los efectos negativos. Toda entidad debería contar con un Manual de Crisis, elaborado por expertos, de ser elaborado con apoyo de la entidad, pero dirigido por un profesional que no esté dentro de la organización.

Dicho manual, que se construye de acuerdo con la información que se haya recogido, se debe elaborar siguiendo todos los patrones de acopio de datos, con muestreos determinantes que incluya el seguimiento de las conductas de cada funcionario que podría involucrarse en las etapas de resolución.

Con ayuda de estos manuales los encargados tendrán una guía, que servirá de apoyo a la hora de establecer la ruta de emergencia.

Los riesgos permanentes siempre van a estar presentes en el ambiente, y eso es lo que se tiene que entrar a valorar: cuando dejarán de ser solo amenazas y convertirán en una situación real.

En el contexto de los enfrentamientos y las alianzas dentro y fuera del estado-nación, la evolución de las relaciones de clases.

Justificación

La estrategia de comunicación entabla soluciones que solventan la problemática encontrada en el Diagnóstico de Comunicación, su importancia radica en la necesidad de mejorar las vías de comunicación y los procesos. Al mismo tiempo, permite enumerar las soluciones con las acciones pertinentes, donde se detalla las operaciones específicas para solventar cada uno de los problemas.

Dicho plan surge de la necesidad por parte de la institución en buscar soluciones que garanticen los procesos de comunicación apegados a sus intereses y objetivos.

La investigación se realiza con la finalidad de beneficiar a la Asociación Paz Joven Guatemala y sus grupos de voluntarios, en ayudarle a cumplir con su misión que es promover y generar oportunidades para la capacitación y formación de jóvenes en valores de la Cultura de Paz, Liderazgo, Voluntariado y la Participación Política para la inserción en los espacios formales de toma de decisiones en ámbitos municipales y nacionales.

En este proyecto se hace notar la importancia que tiene el mejorar tanto interna como externamente la ejecución de los programas ya planificados, el contenido, la metodología y divulgación de los mismos, todo esto para fortalecer la participación de jóvenes. Por lo tanto los Manuales Metodológicos que cuentan con elementos y pasos eficaces que servirán para la planificación, desarrollo y ejecución se convirtieron en una herramienta indispensable ya que les permite cumplir con sus funciones y procesos de una manera clara y sencilla.

Actualmente Paz Joven sigue funcionando de manera interna, reuniéndose una vez a la semana y si es necesario realizan video llamadas; por la situación que se ha estado viviendo en cuanto al covid-19, por lo cual, la importancia de la realización de este proyecto, radica en el mejoramiento del desarrollo metodológico interno para adaptar dos programas a plataformas digitales.

Capítulo 1

1 Diagnóstico de Comunicación

1.1 Institución

Paz Joven Guatemala

1.2 Perfil institucional

Paz Joven Guatemala es una organización de jóvenes para jóvenes, conscientes de la necesidad de construir una sociedad digna para todos y todas. Luchando y trabajando por los derecho a la paz, y hacer de ésta una alternativa de vida.

Es una asociación sin fines lucrativos, fundada y constituida legalmente en el año 2005 consolidado a nivel nacional; teniendo presencia en 65 municipios con más de 400 voluntarios adolescentes y jóvenes.

Paz Joven Guatemala planifica actividades educativas, formativas, de análisis y capacitaciones, a fin de promover la participación activa de la juventud para conformar una ciudadanía comprometida con la cultura de paz, con su municipio y su país.

El voluntariado es el trabajo de las personas que sirven a una comunidad o al medio ambiente por decisión propia y libre. El término también hace referencia al conjunto de dichas personas. Por definición, los voluntarios no cobran por su trabajo. En Paz Joven Guatemala, se promueve el voluntariado, ya que este grupo de jóvenes promueve la ayuda voluntaria a la sociedad para su desarrollo; con un único fin del desarrollo integral de la comunidad.

Ganadores del “*World Summit Youth Award*” en la categoría *WOMEN 2 POWER* destinada a colaborar con el empoderamiento de la mujer, por el proyecto que desarrolló en el año 2012 *A Jugar por mi Salud*, apoyado y financiado por UNICEF Guatemala.

Ganadores dentro de la iniciativa "Jóvenes Emprendedores" por una cultura de paz y desarrollo sostenible de UNESCO Guatemala - Por medio del proyecto "Mi voz propone" enfocado al liderazgo y formación ciudadana para la propuesta de soluciones a problemas que afectan a la adolescencia y juventud desde su propia perspectiva.

Ganadores del Concurso Regional en julio de 2014 por el Banco Mundial con su programa "Yo decido – Participar, transformar y prevenir".

1.3 Ubicación geográfica

La sede central de Paz Joven se encuentra ubicada en 10 calle 2-16 zona 1, ciudad de Guatemala.

Paz Joven Guatemala, tiene presencia en 65 municipios del país, con más de 800 jóvenes que se encuentran escritos en la asociación. Los miembros se encuentran en todo el país, organizándose en regiones que abarcan distintos departamentos y municipios, quedando distribuidos de la siguiente forma:

Región	Departamento	Municipio
Oriente	Chiquimula	Camotan
		Chuiquimula
		Jocotán
		Ipala
	Jalapa	Jalapa
		San Pedro Pinula
		San Luis Jilotepeque
	Jutiapa	Atescatempa
		Jerez

Región	Departamento	Municipio
Nor-Occidente	Quiche	Chajul
		Chiché
		Chichicastenango
		Nebaj

Región	Departamento	Municipio
Sur-Occidente	Suchitepéquez	Cuyotenango
		Mazatenango
		San Antonio
		San Francisco Zapotitlán
		Santo Tomás La Unión
		Zunilito

Región	Departamento	Municipio
Nor-Oriente	Huehuetenango	Aguacatán
		Chiantla
		Colotenango
		Huehuetenango
		La Democracia
		Petatan
		San Idelfonso Ixtahuacán
		San Juan Ixcoy
		San Miguel Acatán
		San Pedro Necta
		San Pedro Soloma
		Santa Eulalia
		Santiago Chimaltenango
		Unión Cantinil

Región	Departamento	Municipio
Occidente	Quetzaltenango	Cantel
		Concepción Ch
		La Esperanza
		Olintepeque
		Quetzaltenango
		Salcajá
	Sololá	Panajachel
		San Juan La Laguna
		San Lucas Tolimán
		San Marcos La Laguna
		San Pedro La Laguna
		Santa Catarina Ixtahuacán
		Santa Lucía Utatlán
		Santa María Visitación
Sololá		

Región	Departamento	Municipio
Norte	Alta Verapaz	Chamelco
		Chisec
		Cobán
		La Tinta
		Lanquin
		Raxruhá
		Carchá
		San Cristobal
		San Pedro Carchá
		Santa Cruz Verapáz
		Tactic
		Tamahú
		Baja Verapaz
	Purulhá	
	Rabinal	
	Salamá	
	San Miguel Chicaj	

Fuente: Asociación Paz Joven
Elaboración propia, mayo 2020

1.4 Integración y alianzas estratégicas

Debido a que la asociación es una organización no lucrativa, se vale del apoyo de entidades privadas y gubernamentales como municipalidades para llevar a cabo la realización de sus actividades.

A partir de 2010, junto al Fondo de Naciones Unidas para la Infancia –UNICEF-, se han sumado esfuerzos para pactar una alianza para el desarrollo de proyectos encaminados al fortalecimiento de capacidades y el fomento de la participación de adolescentes y jóvenes en temáticas diversas. Se han desarrollado cuatro proyectos en una lógica de procesos de seguimiento continuo que fomentan el desarrollo integral de la adolescencia y juventud en temas de prevención de embarazo en adolescentes, educación de pares, incidencia política y adhesión de la adolescencia y la juventud dentro de espacios de toma de decisión a nivel local; gestión integral de riesgos, coordinación y alianzas con instituciones locales para generar un mayor impacto, y aumento de inversión municipal en niñez y adolescencia, entre otros.

Desde el año 2015 se firma el convenio de cooperación con Plan Internacional Guatemala, en consorcio con la organización de sociedad civil: Refugio de la niñez y la Red Niña Niño, en el marco del programa “Juventud y Sociedad Civil por los Derechos Sexuales y Derechos Reproductivos” teniendo como objetivo clave el fortalecimiento de las organizaciones y participación juvenil a favor de sus derechos sexuales y reproductivos.

Esta alianza con la Red Nacional y las Redes Departamentales han permitido establecer una ruta estratégica de incidencia, partiendo de conocer la realidad e identificar la situación de vulneración, las deficiencias a nivel institucional y el actuar de los servidores públicos; principalmente en aquellos cuya función principal es garantizar derechos sexuales y derechos reproductivos.

Como uno de los resultados significativos ha sido la conformación de un espacio denominado hasta la fecha como la Red Nacional de adolescentes y jóvenes por los derechos sexuales y

derechos reproductivos conformada por 12 redes departamentales de: Quetzaltenango, Retalhuleu, Totonicapán, Suchitepéquez, Sololá, Quiché Baja Verapaz, Alta Verapaz, Jalapa, Izabal, Chiquimula y Jutiapa y en proceso de consolidación San Marcos y Huehuetenango. Integrada por más de 200 adolescentes y jóvenes de diferentes municipios, grupos y organizaciones.

1.5 Origen e historia

Paz Joven inicia, desde el año 2005, como un espacio de concertación para la promoción de los derechos humanos de adolescentes y jóvenes que potencia los esfuerzos y recursos locales, considerando que es indispensable que, para la toma de decisiones sobre la situación de la adolescencia y juventud, se deben reconocer sus necesidades a partir de la propia perspectiva de ellos y ellas, haciendo énfasis que la asociación, también es una instancia que desde su fundación como una filosofía de trabajo cree en el potencial y el aporte de la adolescencia y juventud a través del fomento de ejes de trabajo:

- a. Participación ciudadana y política
- b. Organización comunitaria
- c. Educación integral en sexualidad

Entre sus temas prioritarios se encuentran:

- a. Organización
- b. Participación política y ciudadana
- c. Derechos humanos
- d. Educación integral en sexualidad
- e. Democracia
- f. Medio ambiente
- g. Nutrición
- h. Liderazgo juvenil
- i. Equidad de género
- j. Salud integral

- k. Educación
- l. Gobernabilidad y desarrollo

Evidenciando como estrategia fundamental la red de 1000 voluntarias y voluntarios miembros de los diversos grupos municipales que actualmente se encuentran en 65 municipios de 17 departamentos del país, dirigidos por jóvenes líderes y lideresas para jóvenes (intercambio de pares).

Una institución que promueve y genera oportunidades para la capacitación y formación de jóvenes en valores de la Cultura de Paz, liderazgo, voluntariado y la participación política para la inserción en los espacios formales de toma de decisiones en ámbitos municipales y nacionales.

Una asociación consolidada a nivel nacional, liderada por jóvenes, para jóvenes a través de grupos y redes integradas por las y los voluntarios.

Para la asociación es de vital interés la formación de nuevos líderes que impulsen el desarrollo de la juventud por medio de capacitaciones que fomenten el mejoramiento del nivel y calidad de vida de los jóvenes. Con lo anterior, se pretende brindar una respuesta tangible a la problemática de jóvenes involucrados en actividades ilícitas, desarrollando programas sociales que permitan, a los jóvenes, permanecer al margen de estas actividades por medio de la recreación y reflexión en un espacio físico adecuado.

- a. Estrategia de intervención
- b. Gestión del voluntariado

Procesos de consolidación de identidad, autonomía y respaldo organizacional.

- a. Uso de metodologías lúdicas y participativas.
- b. Enfoque y perspectiva de juventud.
- c. Uso de *Tics*, innovación, arte y cultura para las intervención.

- d. Aliados estratégicos a nivel local, municipal, departamental y nacional de diferentes sectores: Ministerio de Salud, Ministerio de Educación, Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación, Municipalidades, Sistema de Consejos de Desarrollo.
- e. Organización comunitaria a través de redes juveniles en todos los niveles.
- f. Áreas programáticas: Incidencia política, participación ciudadana, comunicación, formación.

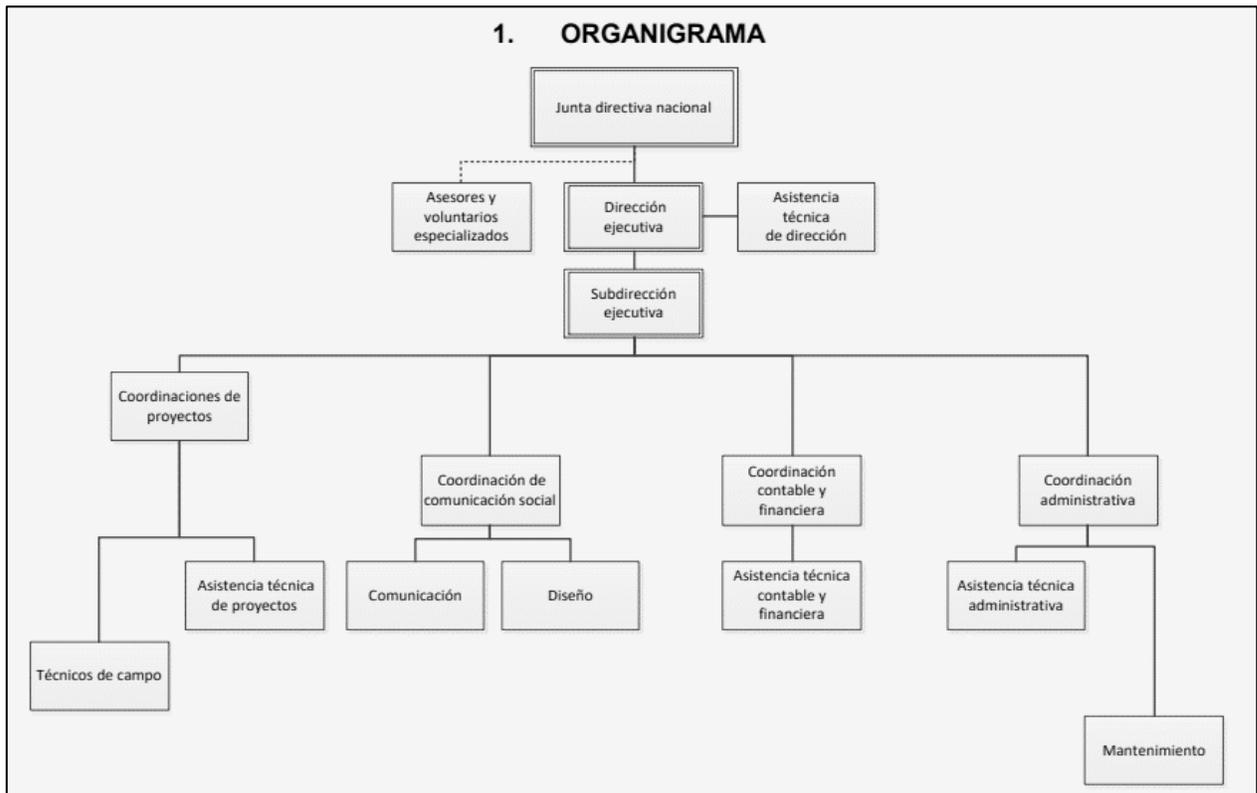
Valores

- a. Equidad
- b. Solidaridad
- c. Amistad
- d. Respeto
- e. Honestidad
- f. Principios
- g. Transparencia
- h. Inclusión
- i. Innovación
- j. Rendición De Cuentas

1.6 Departamentos o dependencias de la institución

- a. Junta Directiva: se encarga de la toma de decisiones sobre los programas de Paz Joven
- b. Departamento de Comunicación: se encarga del manejo de redes sociales y la imagen que se utilizará en cada proyecto a desarrollar
- c. Equipo Técnico y de Coordinación: distribuyen los proyectos y coordinan los grupos de voluntarios.
- d. Voluntarios y Voluntarias: grupos juveniles ya conformados en las distintas comunidades del interior del país, quienes participan en los programas planificados.

1.7 Organigrama de la empresa



Fuente: Asociación Paz Joven.

1.8 Misión

Somos adolescentes y jóvenes que aportamos nuestras capacidades y potencialidades para identificar, construir e incidir en el reconocimiento, garantía y ejercicio pleno de los derechos de adolescentes y jóvenes guatemaltecos, especialmente los derechos a la organización, participación ciudadana y educación integral en sexualidad.

1.9 Visión

Paz Joven Guatemala es referente de la promoción de los derechos humanos de adolescentes y jóvenes, y a través del voluntariado lidera procesos que promueven el reconocimiento, garantía y el ejercicio pleno de los derechos.

1.10 Objetivos institucionales

- a. Comparar las percepciones entre adolescentes y jóvenes y servidores públicos sobre la problemática y garantía de derechos.
- b. Identificar cómo las percepciones inciden en la garantía de los derechos de las y los adolescentes y jóvenes.
- c. Promover la participación activa de la juventud para formar ciudadanía comprometida con la cultura de paz, con su municipio y su país.

1.10.1 Objetivos específicos

- a. Aportar al desarrollo de una generación de futuros líderes político, equitativo y representativo, con capacidad de abordar los desafíos más importantes que enfrenta Guatemala.
- b. Promover la participación ciudadana de jóvenes a nivel nacional, Voluntariado, Liderazgo, Cultura de Paz y Emprendimiento.

1.11 Público objetivo

Personas que sirven a una comunidad o al medio ambiente por decisión propia y libre. Grupos ya formados a nivel municipal.

1.12 Diagnóstico

1.12.1 Objetivo General

Realizar un diagnóstico comunicacional que, permita identificar las limitaciones a las que se enfrenta Paz Joven Guatemala en cuanto a sus procesos de comunicación durante la situación de covid-19

1.12.2 Objetivos específicos

- a. Detectar las necesidades comunicacionales existentes en el departamento de Comunicación con el personal que conforma el equipo de trabajo.
- b. Determinar el escenario actual en cuanto a comunicación interna y externa debido al covid-19.
- c. Identificar los aspectos comunicacionales a fortalecer debido a la pandemia, a partir de este poder dar solución a los problemas detectados.

El diagnóstico debe ser entendido como un instrumento para el conocimiento clínico de una realidad. La palabra diagnóstico proviene del griego y significa “distinguir”, “discernir”, “conocer”. (Abatedaga, 2008)

Para realizar un diagnóstico es necesario tener en cuenta y comprender la situación en la que se vive, para así conocer a que se enfrenta. Actualmente Guatemala está siendo afectada por el covid-19 por lo tanto dicho diagnóstico tiene como finalidad fundamental servir como base concreta de un plan o proyecto, y fundamentar las estrategias que se han de expresar en una práctica concreta conforme a las necesidades y aspiraciones evaluadas.

La metodología de la investigación ha llegado a ser hoy día la teoría de los métodos científicos. Su contenido consiste en los criterios para determinar cuál o cuáles son los métodos más adecuados para realizar cada tipo concreto de investigación. (Múñoz, 2015)

Metodología se define como: el procedimiento para alcanzar un objetivo. Lo que permite ordenar una actividad determinada. Es un camino (guía) para alcanzar un fin; o un proceso lógico para lograr un objetivo. (Piloña, 2008)

En la ciencia existen distintos tipos de investigación, la elección del tipo de investigación depende del objeto de estudio, cual se ajusta mejor a la investigación que se realizará.

- Investigación documental

Es un análisis de la información escrita sobre un tema determinado. De acuerdo con Cázares Hernández, la investigación documental depende de la información que se obtiene o se consulta en documentos; los cuales aportan información y testimonios de una realidad o acontecimiento.

- Investigación teórica

Este tipo de investigación tiene como principal objetivo la obtención de conocimientos de diferente índole, sin tener en cuenta la aplicabilidad de los conocimientos obtenidos. Gracias al cuerpo de conocimientos extraídos de ella pueden establecerse otro tipo de investigaciones, o no.

- Investigación histórica

Es una investigación retrospectiva; trata de la experiencia pasada, se aplica no solo a la historia si no a las ciencias de la naturaleza, al derecho, a la medicina y a cualquier otra ciencia científica.

- Investigación exploratoria

Este tipo de investigación se centra en analizar e investigar aspectos concretos de la realidad que aún no han sido analizados en profundidad. Básicamente se trata de una exploración o primer acercamiento que permite que investigaciones posteriores puedan dirigirse a un análisis de la temática tratada.

- Investigación experimental

Se refiere a una investigación prospectiva. En el experimento, el investigador maneja de manera deliberada la variable experimental y luego se observa lo que ocurre en condiciones controladas. (Moguel, 2005)

- Investigación Correlacional

Tiene como propósito mostrar o examinar la relación entre variables o resultados de variables. Uno de los puntos importantes es examinar relaciones entre variables o sus resultados, pero en ningún momento explica que una sea la causa de la otra. (Torres, 2006)

- Investigación descriptiva

Es aquella en la cual se reseñan las características o rasgos de un fenómeno de estudio. Son procedimientos investigativos en los cuales se narran e identifican hechos o situaciones de un objeto de estudio y se diseñan modelos, prototipos o guías.

Comprende la descripción, registro análisis e interpretación de la naturaleza actual. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes, sobre una persona o una institución y su función en el presente.

Sí pues, en muchas ocasiones este tipo de investigación ni siquiera se pregunta por la causalidad de los fenómenos (es decir, por el "por qué ocurre lo que se observa"). Simplemente, se trata de obtener una imagen esclarecedora del estado de la situación.

Se soporta en principalmente de las técnicas como la encuesta, la observación y la revisión documental.

Otra manera de clasificar los diferentes tipos de investigación es según el tipo de datos que recojan. En este sentido nos podemos encontrar con los siguientes tipos.

- Cualitativa

Se entiende por investigación cualitativa aquella que se basa en la obtención de datos en principio no cuantificables, basados en la observación. Aunque ofrece mucha información, los datos obtenidos son subjetivos y poco controlables y no permiten una explicación clara de los fenómenos. Se centra en aspectos descriptivos.

Sin embargo, los datos obtenidos de dichas investigaciones pueden ser operatividades a posteriori con el fin de poder ser analizados, haciendo que la explicación acerca del fenómeno estudiado sea más completa.

La investigación cualitativa se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto. (Sampieri, 2014)

- Cuantitativa

La investigación cuantitativa se basa en el estudio y análisis de la realidad a través de diferentes procedimientos basados en la medición. Permite un mayor nivel de control e inferencia que otros tipos de investigación, siendo posible realizar experimentos y obtener explicaciones contrastadas a partir de hipótesis.

Los resultados de estas investigaciones se basan en la estadística y son generalizables.

Se denominan técnicas cualitativas a aquellas que, teniendo su base en la metodología interpretativa, pretenden recoger el significado de la acción de los sujetos. (Berganza y Ruiz, 2005)

El método cuantitativo busca entender una situación social como un todo, teniendo en cuenta sus propiedades y su dinámica (...) se orienta a profundizar en algunos casos específicos y no a generalizar (Toro y Darío, 2006)

El enfoque cuantitativo utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente.

Regularmente elige una idea, que transforma en una o varias preguntas de investigación relevantes; luego de estas deriva hipótesis y define variables; desarrolla un plan para probar las hipótesis; mide las variables en un determinado contexto. (Gómez, 2006 p. 60)

El enfoque se basa en métodos de recolección de datos no estandarizados ni predeterminados completamente. Tal recolección consiste en obtener las perspectivas y puntos de vista de los participantes (sus emociones, prioridades, experiencias, significados y otros aspectos más bien subjetivos). (Sampieri, 2014)

- Enfoque Mixto

Este modelo representa el más alto grado de integración o combinación entre los enfoques cualitativo y cuantitativo. Ambos se mezclan o combinan en todo proceso de investigación, o al menos, en la mayoría de sus etapas.

En la misma línea, conviene aclarar que el enfoque mixto no es simplemente una mezcla en la cual las características particulares de cada enfoque se borran o se vuelven relativas. La riqueza de la investigación mixta consiste en aprovechar las bondades y fortalezas de cada enfoque. Investigación múltiple, investigación integrativa, investigación mixta, son algunos de los nombres que ha recibido este tipo de investigación, que ha generado diferentes discusiones y controversias a lo largo de los años. (Barrantes, 2014, p. 100)

El diagnóstico se realizó utilizando el enfoque de investigación mixto, puesto que combina el enfoque cuantitativo y el cualitativo. Para Paz Joven es de suma importancia desarrollar las cualidades de los jóvenes de Guatemala.

1.12 Técnicas de recolección de datos

Técnica etimológicamente significa arte y forma de actuación; hace referencia a los procedimientos o formas de realizar las distintas actividades en una forma estandarizada. (Urbano, 2006)

Las técnicas de recolección de información son la clave en el proceso metodológico, los procesos implicados en la construcción y obtención de tales referentes son una tarea relevante de la actividad investigativa.

Cada una de las técnicas se debe definir, justificar y describir. Para la recolección de datos se utilizaron las siguientes técnicas.

1.12.1 Observación

Observar, es una ambigüedad que es necesario disipar desde un principio. La observación puede ser estudiada desde el investigador que observa, que mira detenidamente. Observar también se refiere al conjunto de cosas observadas, el conjunto de datos y fenómenos.

Parte de la observación y la exploración cuidadosa de la realidad para recoger información... busca así caracterizar la dimensión intersubjetiva de la realidad, es decir, describirla desde la perspectiva de quienes son actores en ella. (Bonilla, Hurtado y Jaramillo, 2009, p. 38 y 39)

La observación científica "tiene la capacidad de describir y explicar el comportamiento, al haber obtenido datos adecuados y fiables correspondientes a conductas, eventos y /o situaciones perfectamente identificadas e insertas en un contexto teórico.

Existen distintos tipo de observación tales como:

- Observación de fenómenos sociales:

Su área de estudios es la conducta humana; en este caso se refiere a la observación de datos del fenómeno, serán precisamente las conductas que transmiten o reciben un mensaje.

- Observación heurística

Fenómenos y datos que observamos, desde niños se está acostumbrado a proponer preguntas para tratar de explicar las conductas de los seres que se encuentran en el entorno.

- Observación documental

Está contenido en escritos y de diversos tipos; pero en este caso interesan como instrumento informativo para el estudio de contactas humanas. (Pardinas, 2005)

La observación realizada a Paz Joven Guatemala muestra que:

En el monitoreo a las redes sociales de la Asociación Paz Joven, *Facebook*, *Instagram*, *página WEB*, *YouTube* y *Twitter*; observó que el manejo de las redes sociales durante la situación que se vive en el país está siendo de manera desordenada.

Las publicaciones se realizan solo para fechas calendarizadas y la hora de publicación es por la tarde, en horarios que no tienen mayor alcance; por lo tanto no logran mayor interacción, a pesar de eso los comentarios que tienen son positivos. (Ver imagen 1-3)

En cuanto a las opiniones o calificación que dejan en la bandeja de *Facebook* son positivos; hablan sobre cómo la asociación los impulsa a transformar el estilo de vida, a querer conocer más sobre los problemas que azotan al país, el querer formar parte de una transformación cultural, política y ética. (Ver imagen 4)

La página *WEB* está desactivada, en *twitter* cuentan con las mismas publicaciones de *Facebook* al igual que *Instagram*. El canal de *YouTube* tiene pocas vistas, en algunos videos

tienen más *dislikes* que *like*, en la mayoría de los videos no se encuentran comentarios positivos o negativos. (Ver imagen 5-15)

1.12.2 Documentación

Es el acto de registrar los resultados de una investigación ya sea oficial o no, de una indagación, una investigación o actividad similar. (Verstappen, 2002, pág. 6)

Se llevó a cabo la lectura de los distintos informes realizados por la Asociación Paz Joven durante los encuentros y voluntariados que se realizan en los distintos departamentos de Guatemala. (Asociación Paz Joven Guatemala, 2020)

Revisión de archivos compartidos por el departamento de comunicación de Paz Joven y lectura de comentarios y opiniones dejados en las publicaciones de las distintas redes de Paz Joven.

También se realizó una lectura a una Tesis de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

1.12.3 Entrevista

La entrevista es un intercambio verbal, que nos ayuda a reunir datos durante un encuentro donde una persona se dirige a otra y cuenta su historia o da su versión de los hechos y responde a preguntas relacionadas a un dato específico. (López, 2004)

Entrevista realizada al encargado del área de comunicación, Alejandro Méndez. En dicha entrevista se solventaron vacíos sobre datos de la asociación, dudas sobre el funcionamiento dentro de la misma.

También se habló sobre los problemas que han enfrentado durante la crisis por la que pasa el país y las soluciones que han encontrado para seguir trabajando con los grupos de jóvenes que son partícipes de Paz Joven.

Se comentaron los inconvenientes que están teniendo algunos colaboradores por el desconocimiento de la correcta utilización de las plataformas como *Zoom* o *Meet*. El entrevistado dio a conocer la inquietud que tienen sobre lanzar un cambio de imagen de la asociación.

1.12.4 Encuesta

La encuesta presenta dos características básicas que la distinguen del resto de los métodos de captura de información: recoge información proporcionada verbalmente o por escrito por un informante mediante un cuestionario estructurado; utiliza muestras de la población objeto de estudio. (Martín, 2010)

Se realizó una encuesta para conocer la opinión que tiene la juventud sobre los programas de Integración Juvenil, identificar cuáles temas de interés desean conocer más o que a criterio necesitan reforzarse y si los jóvenes en el área de la ciudad capital y municipios aledaños conocen la asociación.

Muestra es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas, lógica y otros que se verá más adelante. La muestra es una parte representativa de la población. (Ross, 2005)

Para que la muestra proporcione información sobre la población total, deberá ser, en algún sentido, representativa de dicha población. Si la población es finita, es decir conocemos el total de la población y deseásemos saber cuántos del total tendremos que estudiar la fórmula sería:

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

La encuesta realizada incluyó un total de nueve interrogantes, dicha encuesta estaba dividida en tres secciones:

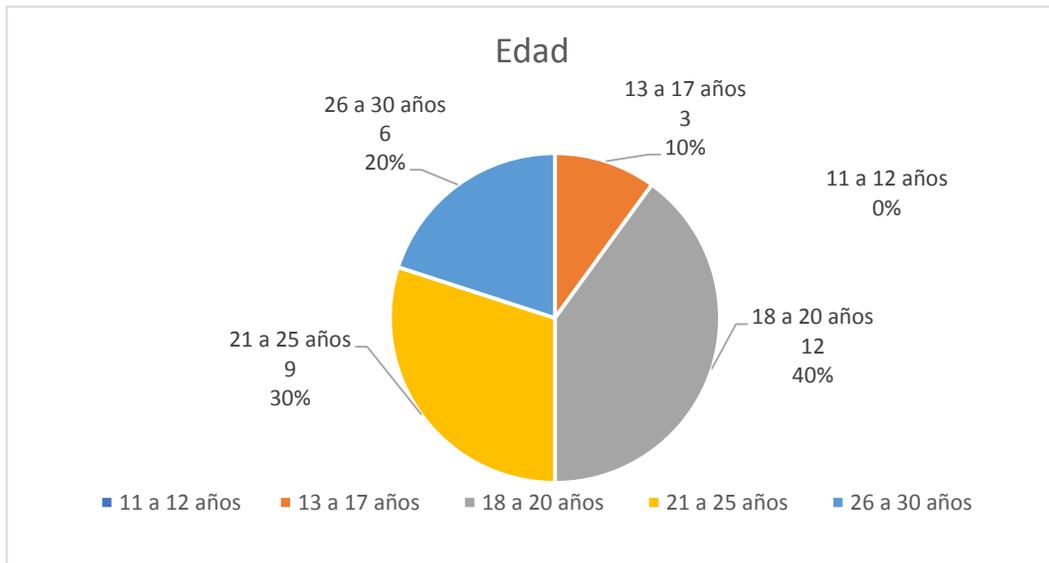
1. Participación juvenil: con el objetivo de saber si los jóvenes conocen la asociación Paz Joven u otras asociaciones.
2. Participación: para conocer si los jóvenes estarían dispuestos a participar en programas juveniles.
3. Voluntariado: saber por cuales medios se han enterado de los programas juveniles o por cuales medios preferirían recibir información.

1.13 Interpretación de resultados

A continuación se presentan los resultados de la encuesta.

30 personas respondieron a la encuesta, quedando las cantidades y porcentajes de la siguiente forma.

Gráfica #1



Elaboración propia, mayo 2020

De las edades de 11 a 12 años: no se tuvieron participantes de estas edades.

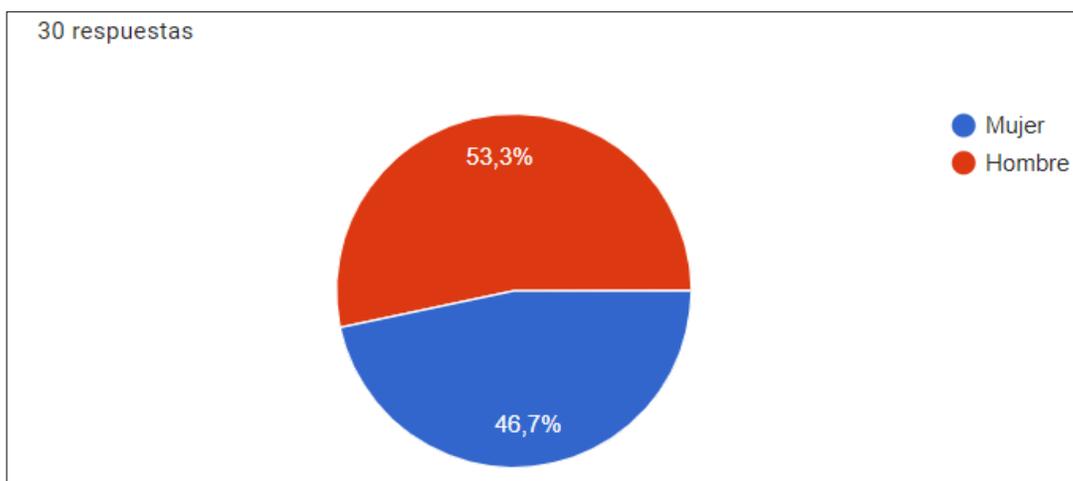
De las edades de 13 a 17 años: 3 personas respondieron la encuesta, equivalente al 10%.

De las edades de 18 a 20 años: 12 personas respondieron la encuesta, equivalente al 40%

De las edades de 21 a 25 años: 9 personas respondieron la encuesta, equivalente al 30%

De la edades de 26 a 30 años: 6 personas respondieron la encuesta, equivalente al 20%

Gráfica #2



Elaboración propia, mayo 2020

La gráfica dos representa que 16 mujeres respondieron la encuesta, esto es equivalente al 53.3%. 14 hombres respondieron la encuesta, equivalente al 46.7%

**P1: ¿Conoces asociaciones que realizan actividades con jóvenes y para jóvenes?
¿Cuáles?**

Gráfica #3



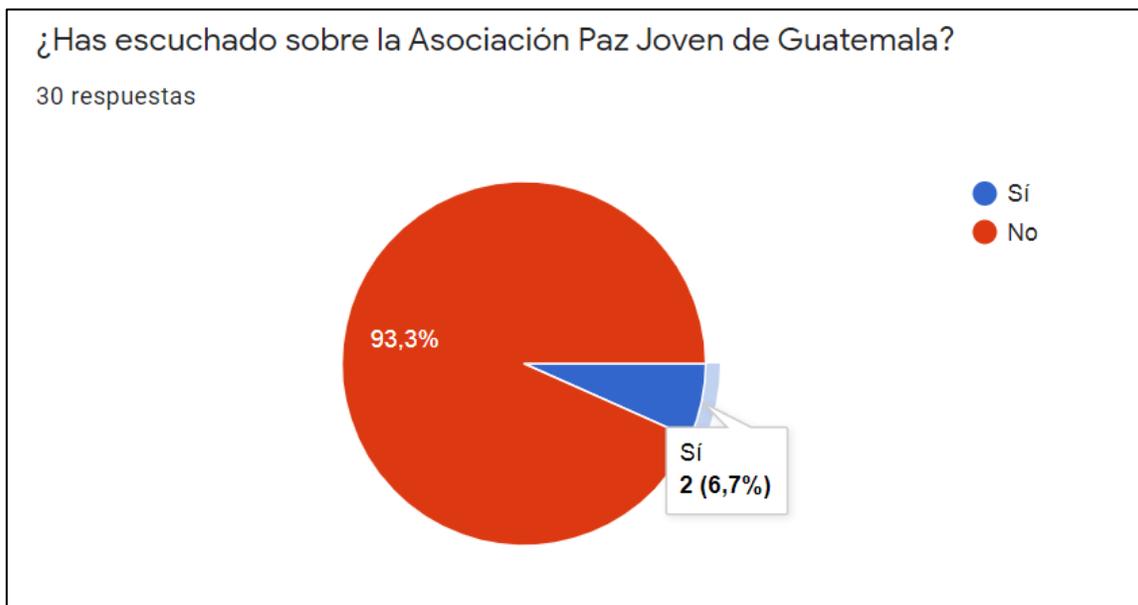
Elaboración propia, mayo 2020

En dicha respuesta 28 personas equivalente al 93.3% respondieron que no conocen asociaciones que realicen programas para a la juventud. Mientras que 2 personas equivalente al 6.7% respondieron que sí conocen instituciones para jóvenes siendo estas las respuestas.

Iglesia nazareno
FUNDAL, Margarita Tejada Fundación

P2 ¿Has escuchado sobre la asociación Paz Joven de Guatemala?

Gráfica #4

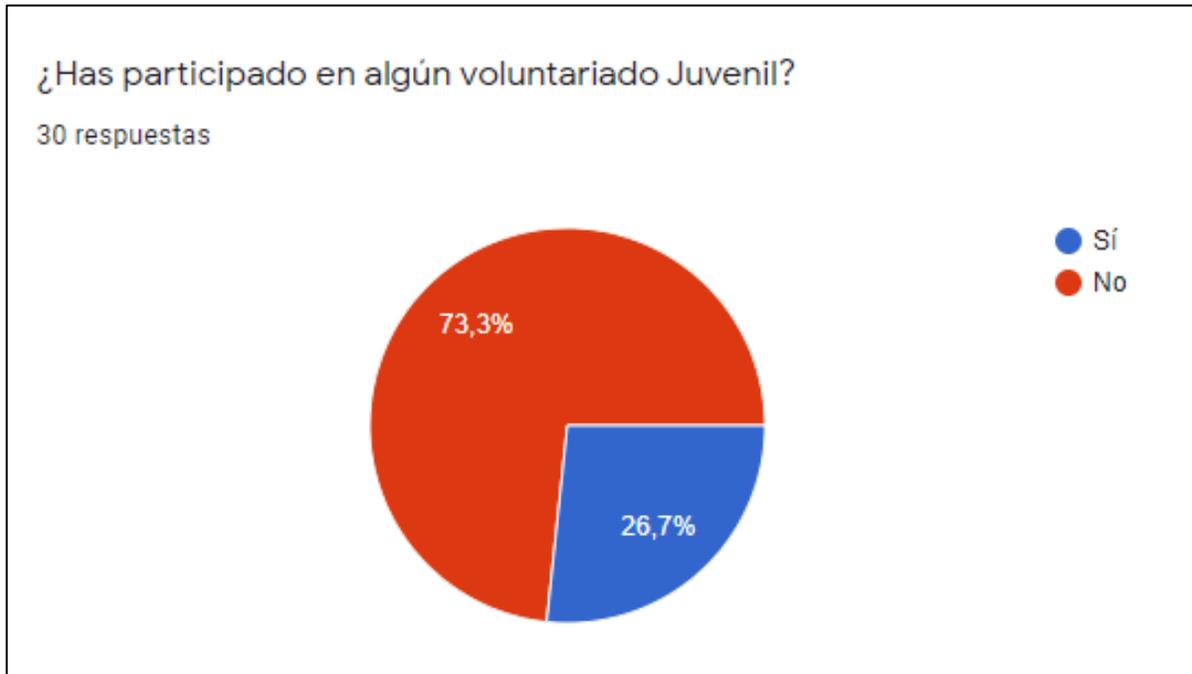


Elaboración propia, mayo 2020

28 personas equivalente al 93.3% respondieron que no conocen Paz Joven, mientras el 6.7% respondieron que sí han escuchado de la asociación.

P3 ¿Has participado en algún voluntariado juvenil?

Gráfica #5

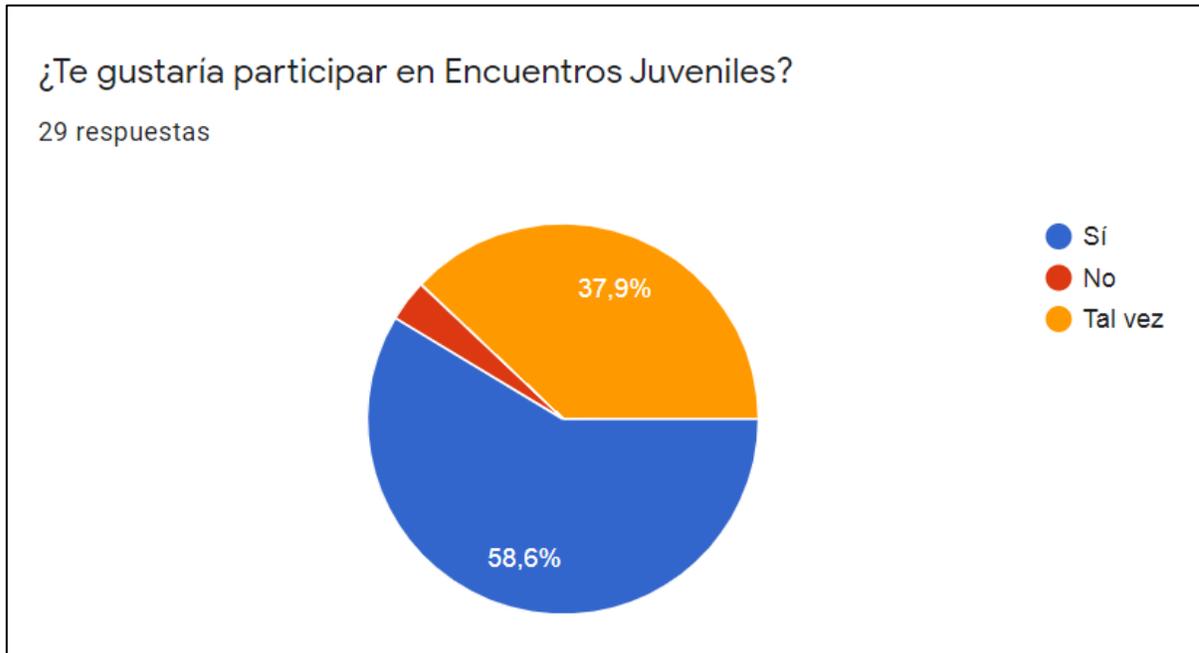


Elaboración propia, mayo 2020

22 personas, equivalentes al 73.3% respondieron que no han participado en algún programa juvenil y ocho personas, equivalente al 26.7% respondieron que sí han participado en programas juveniles.

P4 ¿Te gustaría participar en encuentros juveniles?

Gráfica #6

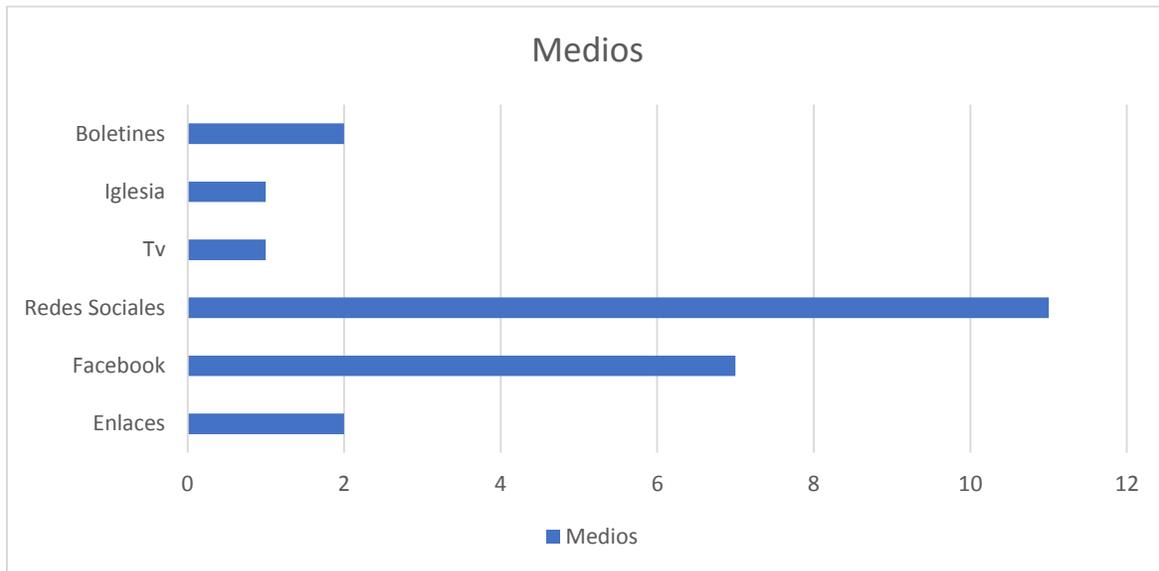


Elaboración propia, mayo 2020

A esta pregunta 17 jóvenes respondieron que sí, equivalente al 58.6%. 11 dijeron que tal vez, equivalente al 37.9%. Una persona respondió que no, equivalente al 3.5 %.

P5 ¿A través de qué medios te enteras de las actividades?

Gráfica #7



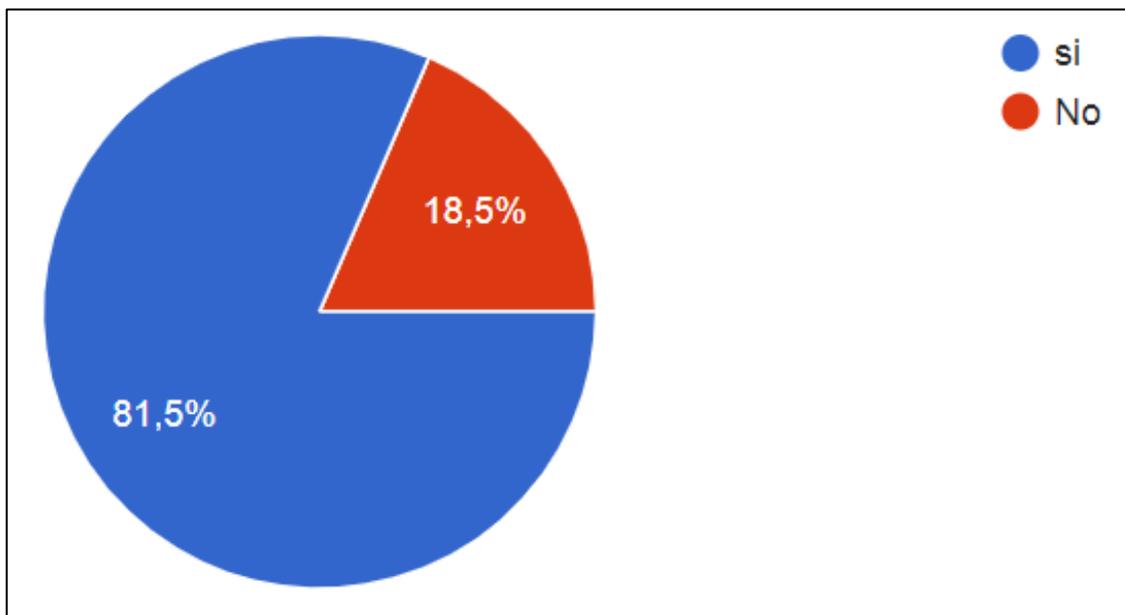
Elaboración propia, mayo 2020

En la gráfica se observa que la mayoría de los encuestados/as identifican las redes sociales como el principal medio de información.

Es importante señalar que todas las opciones de respuesta establecidas en el interrogante fueron identificadas por las encuestadas y los encuestados.

P6 ¿Es fácil acceder a la información sobre las actividades que se desarrollan?

Gráfica #8



Elaboración propia, mayo 2020

En la gráfica se observa que 24 personas, equivalente al 81.5% respondieron que sí es fácil acceder a la información de las actividades que se desarrollan,

Mientras que 6 personas, equivalente al 18.5% respondieron que no es fácil acceder a la información de las actividades que se llevan a cabo en la asociaciones.

P7 ¿Cuáles son los temas que te gustaría se trataran en los encuentros juveniles?

22 respuestas

Educación sexual, No a la Homofobia

Formas de entretenimiento

Sobre la igualdad

Violencia, drogadiccion.

Acoso, violencia

Ideas y estrategias para trabajar con jóvenes

Ideas revolucionarias y divertidas

Cómo disfrutar la juventud sanamente.

Sobre el abuso sexual, trabajo a temprana edad, embarazos a temprana edad, maltrato, etc

Realidad humana

Sexualidad, drogadicción

No al maltarato infantil, Bullyng

La paz él amor al prójimo

Nuestras opiniones acerca de siertos rigenes que tiene el país y conversar acerca de como tratamos el día a día

El sentido de vida

La violencia
Sobre la orientación sexual

Noviazgo

Como ser responsable y buen administrador de lo que tengo

Cocina, dibujo y lectura

Igualdad

P8 ¿Te gustaría que las fotografías de los encuentros se publicaran en las redes sociales?

¿Por qué?

24 respuestas

Si, para que más jóvenes se interesen y participen

Si para estar informada

Si porque asi todos se enteran

Si, para que otros a traves de esos medios puedan tener también el conocimiento.

Para que más jovenes conozcan los encuentros

Si, ayudaría más a los jóvenes

No, siento que debería de ser privado en ese aspecto

Si

Si ,para motivar a otros

Para motivar a la juventud a participar también.

Si porque podemos ayudar no solo agente de nuestro país si no podemos ser reconocidos talvez por todo el mundo

No, creo que no motivan a los jóvenes a interactuar

Si, porque hace que llame la atención

Para llamar más la atención al público y que impacte el mensaje

para que vean que Son unos jovenes de bien

Si,porque es un medio de comunicación donde atravez de la accesibilidad que tenemos hoy en día con las redes sociales podemos pasar el mensaje no sólo hacia nosotros si no a las demás personas

Sí

Para llamar más la atención al público y que impacte el mensaje

para que vean que Son unos jovenes de bien

Si,porque es un medio de comunicación donde atravez de la accesibilidad que tenemos hoy en día con las redes sociales podemos pasar el mensaje no sólo hacia nosotros si no a las demás personas

Si

Si son adecuados si

Si. Para saber q enseñan

Si ,porque se extiende a mas personas

Si para demostrar que hay talentos en la juventud

Si para ser mas interactivos

P9 ¿Consideras que las redes sociales juegan un papel importante para involucrar a los jóvenes en temas de la actualidad?

23 respuestas

Porque en el mundo moderno la tecnología sobre sale, y se tiene que tener conocimiento sobre lo que sucede

Ya que todas las personas pasan mucho tiempo en ello

Por que la mayoría de jovenes solo utiliza las redes sociales

Porque los jóvenes pasan la mayor parte de su tiempo en redes sociales.

Los jóvenes tiene más acceso a las redes sociales que a otros medios

Ya que todo el mundo lo usa

Por que importante en la vida de los demás

Hoy en día las redes sociales abarcan toda la juventud

Porque se pueden exponer de una manera más actualizada y mostrando información más avanzada.

23 respuestas

Porque somos una sociedad que estamos inmersos en la tecnología

Accesibilidad

Porque es donde están conectando siempre los jóvenes

Pues Ahí jóvenes que Pueden ver ese contenido y así crear más jóvenes de bien

Porque a veces en los jóvenes tendemos a pasar más tiempo en las redes sociales que en las noticias o investigando

Porque es lo que más usan

Si le damos un buen uso, podemos orientar a otros jóvenes por medio de las redes sociales y que otras personas puedan informarse de algo nuevo y productivo.

La mayoría de jóvenes utilizan las redes sociales

Porque es de vital importancia para la sociedad

Porque con temas que abarquen como ejemplo como apartarnos de la violencia o evitar podemos hacer cambios para futuras sociedades

Pues para que estén enterados de la actualidad social en la que nos encontramos

Es el medio más utilizado por los jóvenes

1.14 FODA

Se ha dado en llamar análisis FODA al proceso mediante el cual se examinan el contexto interno y el externo de una organización, con el objeto de orientar el diseño o rediseño de su misión, visión, objetivos y estrategias. (Manual para el establecimiento de Pequeñas Empresas, 2005)

La técnica de matiz FODA constituye un avance metodológico en la planificación, se define como el conjunto de fortalezas y oportunidades, debilidades y amenazas surgidas de la evaluación de un sistema organizacional que, al ordenarse generan un conjunto de estrategias.

El FODA es un instrumento de análisis organización, es importante analizar las fortalezas y debilidades de los actores claves, igual como las oportunidades y amenazas del entorno para delimitar las estrategias.

El objetivo de la matriz FODA es el de poder analizar a profundidad los factores que afectan tanto positiva como negativamente a una organización, posteriormente generar estrategias factibles que determinen cuál es la mejor alternativa para que funcione adecuadamente el plan estratégico a ejecutar. (Salazar, 2005)

Teniendo como objetivo final construir mejores objetivos estratégicos que deben ser alcanzados durante el plan de desarrollo.

Cuando se habla de las oportunidades y amenazas de una organización, se refiere al contexto externo, es decir a aquellos factores de fuera de la institución que influyen de una u otra forma su funcionamiento y desarrollo.

- Oportunidades: Son factores que permiten y favorecen el desarrollo; representan una ocasión de mejora de la empresa. Las oportunidades son factores positivos y con posibilidad de ser explotados por parte de la empresa si, y solo sí, el administrador sabe aprovecharlas.
- Amenazas: Son el conjunto de barreras, pueden poner en peligro la supervivencia de la empresa o en menor medida afectar a nuestra cuota de mercado. Si identificamos una amenaza con suficiente antelación podremos evitarla o convertirla en oportunidad.

Cuando se habla de debilidades y fortalezas se refiere al contexto interno de la organización, es un conjunto de elementos ordenados para funcionar de tal manera que cumplan una misión dada, se expresan a nivel de insumos, proceso y productos.

- Debilidades: Es el conjunto de factores que impiden, limitan y forman una barrera al desarrollo. Son aquellos puntos de los que la empresa carece, de los que se es inferior a la competencia o simplemente de aquellos en los que se puede mejorar.

- **Fortalezas:** Es el conjunto de factores, capacidades y recursos con los que cuenta la empresa para explotar oportunidades y conseguir construir ventajas competitivas que hacen posible el desarrollo.

La evaluación de la factibilidad del proyecto debe hacerse de acuerdo con los objetivos del mismo y con los resultados esperados, con el fin de determinar si se logra o no la mejor asignación y uso de los recursos.

Se debe considerar que una evaluación corresponde a una actividad por realizar en un período determinado dentro de una fase del ciclo del proyecto. Una vez realizado el análisis FODA, se desarrollan las áreas de iniciativa estratégica. Para esto existen varias formas; de lo más extenso hasta una herramienta simple e intuitiva. (Cuéllar, 2000)

FODA Paz Joven:

Fortalezas	Oportunidades
Los grupos juveniles son consolidados, han sido capacitados constantemente y eso hace que los jóvenes no se alejen de la asociación y puedan seguir realizando ciertas actividades a pesar de no tener una comunicación constante.	Los colaboradores están dispuestos a aprender a utilizar las plataformas de comunicación digital.
Debilidades	Amenazas
No todos los colaboradores cuentan con los recursos necesarios para acceder a las plataformas digitales o capacitarse para utilizarlas correctamente.	La mayoría de sus proyectos planificados necesitan de la participación presencial, por lo tanto han tenido que cancelarlos y posponerlos.

Elaboración propia, mayo 2020

1.15 Problemas detectados

La observación realizada a Paz Joven Guatemala muestra que la asociación necesita seguir ejecutando los programas juveniles para así hacer que los jóvenes puedan desenvolverse y desarrollar las habilidades que se esperan de un líder municipal.

Durante la crisis han aprovechado las redes sociales y distintas plataformas de comunicación, pero la desigualdad de acceso a información, *internet*, dispositivos e incluso a la energía eléctrica ha limitado un poco la comunicación con los colaboradores y líderes de los grupos juveniles que se encuentran en los departamentos.

La asociación quiere realizar un cambio de imagen por lo tanto es importante identificar el edificio en el que se encuentran.

1.16 Planteamiento del problema comunicacional

Los jóvenes necesitan seguir participando en los distintos programas y así desarrollar sus habilidades de líderes.

Por lo que es de suma importancia el seguir ejecutando los programas, pero para ello es necesario primero capacitarlos y proporcionarles materiales con sustento académico para que, posteriormente sean capaces de aplicar dichos conocimientos.

1.17 Indicadores de éxito

El proyecto favorecerá el desarrollo de capacitaciones y programas de liderazgo, voluntariado y emprendimiento mediante espacios digitales debidamente dimensionados, en donde se desarrollen dichas actividades.

Se contribuirá con el desarrollo comunicacional de programas que permitan a los jóvenes permanecer al margen de actividades ilícitas por medio de espacios físicos de recreación y reflexión para los jóvenes asociados.

Capacitar a los colaboradores en cuanto al manejo de redes sociales y plataformas de comunicación para el correcto desarrollo de las actividades durante la crisis del covid-19 ayudará a seguir con los programas planificados.

Por lo tanto, necesitan crear una nueva metodología para ejecutar sus programas, así como ayudas visuales para dar a conocer los programas juveniles; tales como *post* para redes sociales.

1.18 Proyecto a desarrollar

- a) Manual metodológico “Diplomado para Voceras y Voceros de Éxito”
- b) Manual metodológico para “Mujeres *Bloggers*”
- c) Manual de *Tips*
- d) Rotulación del edificio

Capítulo 2

2 Plan Estratégico de Comunicación

2.1 Descripción técnica de la estrategia del proyecto

Plan Estratégico de Comunicación para desarrollar la metodología de la creación de un diplomado dirigido a voceros y voceras de Paz Joven Guatemala planificado para ejecutarse en la plataforma de *zoom* todo esto con el propósito de brindar herramientas que ayuden a desarrollar las características que deben poseer los voceros municipales y posterior sean capaces de expresarse y crear contenidos donde desarrollen los conocimientos y capacidades adquiridas.

Crear un plan de capacitación para mujeres voceras junto al proceso para el desarrollo de un *blog* en *facebook*; así como la línea gráfica del mismo, que permita a 20 mujeres expresarse y dar a conocer la problemáticas, realidad del contexto y obstáculos que atraviesan las adolescentes y jóvenes indígenas por su condición étnica.

Escribir un manual distintos *tips* de comunicación que, permitirán tanto a participantes del diplomado como a las mujeres voceras que desarrollarán el *blog*.

Dicho manual será una recopilación de *tips* y técnicas que sirvan de guía a los jóvenes y mujeres voceras pertenecientes a Paz Joven, con dicho manual se busca que puedan practicar como transmitir mensajes, el manejo de sus expresiones y movimiento corporal, para que a futuro sean capaces de desenvolverse ya sea presencial o virtual.

2.2 Objetivos de la estrategia

2.2.1 Objetivo general

Mejorar la comunicación por medio de programas virtuales que servirán para desarrollar las aptitudes y habilidades de los jóvenes participantes de la Asociación Paz Joven.

2.2.2 Objetivos específicos

- a. Fortalecer la comunicación de los miembros de la organización Paz Joven, a través de medios digitales.
- b. Empoderar a un grupo de jóvenes por medio de talleres para que puedan transmitir sus ideas en plataformas de *internet*.
- c. Desarrollar paso a paso la metodología para la ejecución de programas virtuales dirigidos a jóvenes voluntarios de Paz Joven Guatemala.

2.3 Misión

Realizar un proyecto comunicacional en el que se organice y planifique una serie de actividades de tipo comunicacional con motivo de alcanzar determinados resultados y objetivos que favorezcan y fortalezcan a jóvenes de Asociación Paz Joven Guatemala.

2.4 Visión

Ser un proyecto que permita trazar una metodología de actividades digitales concretas con el fin de fomentar la participación de voluntarios, así como la creación de una página de *Facebook* para el *blog*.

2.5 Elementos comunicacionales

2.5.1 Comunicación

Según la RAE (2016), la comunicación es “1. Hacer a una persona partícipe de lo que se tiene; 2. Descubrir, manifestar o hacer saber a alguien algo; y 3. Transmitir señales mediante un código común al emisor y al receptor”.

Davis K. Berlo en su libro el Proceso de Comunicación define “Proceso” como “cualquier fenómeno que presenta una continua modificación a través del tiempo, cualquier operación o tratamiento.

La comunicación es el proceso mediante el cual se produce un intercambio de información entre personas.

2.5.2 Comunicación interna

Está orientada al público interno que es el grupo de personas que conforman una institución y que están directamente vinculadas con ella; integrado por directivos, empleados, etc.

Su objetivo es permitir en una empresa el alineamiento del esfuerzo de todos sus integrantes, constituye uno de los elementos centrales para articular las relaciones entre los diferentes departamentos de la organización empresarial.

Si esta no existe, los empleados no pueden saber en que trabajan sus compañeros, la coordinación del trabajo es imposible; la cooperación se ve interrumpida debido a que no es posible comunicar las necesidades y problemas a otros.

Cuando la comunicación es eficaz, se tiende a un mejor desempeño lo cual refleja satisfacción en el trabajo debido a que los trabajadores conocen mejor la función que deben desarrollar.

2.5.3 Comunicación externa

La comunicación externa permite a los miembros de la organización coordinar sus actividades con los de su entorno relevante (...) esto da lugar a la consideración de dos actividades interrelacionadas que constituyen la comunicación: el envío de información y la búsqueda de información. (Esparcia, 2009)

Va dirigida a clientes, proveedores, competencia y medios de comunicación; aunque se encuentre vinculada al departamento de Relaciones Públicas o de Comunicación los miembros de la organización también pueden ejecutar dichas funciones, esto ligado a la imagen que se proyecta al lanzar una campaña o hacer publicidad.

Uno de los principales mecanismos de la comunicación externa es el gabinete de prensa, un organismo encargado de gestionar toda la información de la empresa para los medios de comunicación, como las notas de prensa o las entrevistas.

Otro ejemplo son las relaciones públicas. A través de eventos, seminarios o actividades se busca crear y reforzar una imagen positiva de la marca.

La web corporativa de la empresa es otra herramienta esencial, así como sus redes sociales. Con éstas, las organizaciones pueden mantener informado al público de su actividad diaria.

En los tiempos que corren es indispensable recurrir a las estrategias online, SEO, SEM, SMM, marketing de contenidos, estrategias de conversión, etc.

2.5.4 Emisor

Es el sujeto que realiza la acción de generar y desarrollar una idea y la transmite al receptor seleccionado.

En este proceso es la Asociación Paz Joven que por medio de distintos conferencistas se comunicarán con los y las jóvenes.

2.5.4 Receptor

Recibe el mensaje, lo decodifica y lo retroalimenta.

En este Plan de Comunicación quienes realizan este *rol* son los voluntarios de Paz Joven, quienes reciben la información sobre herramientas que les ayudará a formarse como buenos líderes municipales.

En el caso del *Blog* serán las mujeres voceras y posteriormente este papel lo jugará la audiencia que tendrá acceso a la página de *Facebook* en la que se publicará el contenido creado por las mujeres voceras.

2.5.5 Mensaje

Información que se quiere expresar a través del proceso de comunicación.

En este caso es toda información sobre las herramientas y temas necesarios para ser un buen líder y en el caso del *blog* de mujeres es la información sobre la problemática del contexto en el que viven.

2.5.6 Código y lenguaje

Es un sistema de signos con unas normas de uso y unos procedimientos como idioma, pictogramas etc.

Idioma Español Oral y Escrito, imágenes, presentaciones, videos y documentos.

2.5.7 Canal de comunicación

Es la vía a través de la cual se transmite el mensaje, por ejemplo el habla, el papel, teléfono etc.

El diplomado será transmitido por *Zoom*, correo electrónico y formularios de *Google Drive* que deben llenar con datos para poder inscribirse al diplomado.

En el caso del *blog* la primera etapa utilizará como canal de comunicación *Zoom*; la segunda fase el medio principal será *Facebook* y las redes secundarias serán las redes sociales de Paz Joven, también las redes sociales de otras asociaciones anexas; tales como *Twitter*, *Instagram*, *YouTube* y *Spotify*.

2.2.8 Ruido

Son todas las alteraciones que se producen durante la transmisión del mensaje.

Según un estudio previo realizado por Paz Joven, los ruidos que han interferido han sido la mala conexión a *Internet*, falta de luz eléctrica, dificultades para la correcta utilización de las distintas plataformas en la que se publica la información.

2.5.9 Retroalimentación

Es la información que un individuo recibe como resultado de alguna respuesta. Para que exista dicha retroalimentación es necesaria la comprensión del mensaje recibido.

En este caso son las preguntas que surjan luego de las clases, para lo cual se necesitará de un tiempo específico para que puedan realizarlas; así como la entrega de proyectos que el o los emisores soliciten realizar para poner en práctica los conocimientos adquiridos.

2.5.10 Contexto

Supone la situación concreta en la que se desarrolla la comunicación.

Dichas actividades se realizarán en distintos contextos, debido a la situación del país por el covid-19 cada persona recibe la información desde sus casas. Los conferencistas también se encontrarán en sus casas.

2.5.11 Manual metodológico

Documento que contiene información detallada, conjunto de herramientas, estrategias y métodos que tiene como objetivo proporcionar una herramienta que contribuya y facilite la planificación y realización de los procesos necesarios.

El diseño metodológico que el investigador o el equipo construye depende de una serie de factores; algunos asociados al referente empírico que se pretende problematizar, y otros a las conceptualizaciones implicadas en las preguntas de investigación.

Tiene como objetivo conseguir que se sigan las recomendaciones que este propone, para lo que es necesario identificar aquellos elementos que pueden facilitar o dificultar su seguimiento.

Un manual contiene elementos cualitativos y cuantitativos que se requieren para la ejecución de un proyecto, por lo tanto es importante conocer el contexto social en el cual se implementará dicha metodología.

Convirtiéndose así, en una herramienta útil y fácil de seguir los pasos detallados para lograr la ejecución de las herramientas y técnicas descritas.

2.6 Alcances y límites de la estrategia

La metodología, el alcance y las limitaciones de un proyecto forman parte de la justificación del mismo, o sea, de la explicación contextual de su importancia, con base a cuáles son las expectativas que el proyecto espera satisfacer, y cuáles no.

Es decir, se trata de la acotación del proyecto, de la delimitación de sus intereses, ya que ningún proyecto puede abarcarlo todo en su área. (Raffin, 2020)

2.6.1 Alcances

El alcance de un proyecto es el horizonte máximo de expectativas que el proyecto se plantea alcanzar, o sea, hasta dónde el proyecto se plantea llegar en su investigación o su desempeño.

Formarse en la utilización de las diferentes redes y herramientas, lo importante en este caso sería la disponibilidad del personal.

Diálogo dirigido al público adecuado, unido con una buena definición de los objetivos de dicha comunicación.

Utilizar las herramientas adecuadas como *Twitter*, *Zoom*, *Facebook* y otras plataformas digitales, determinar las herramientas en función del público al que se dirigen y de las capacidades que posean.

Los participantes de los dos programas serán personas ya integradas en los grupos juveniles de la asociación; esto ayudará a que la formación sea más significativa.

2.6.2 Límites

Son los aspectos del mismo que no podrán cubrirse, que escapan a sus posibilidades y se saben inalcanzables. Se trata de sus fronteras conceptuales.

Capacidad de respuesta en caso se quiera mantener el diálogo de forma más o menos permanente y que permita trabajar en red, poco conocimiento del correcto uso de las plataformas digitales.

Por la limitante de acceso a dispositivos, internet e incluso energía eléctrica; no todos los participantes de los grupos juveniles podrán ser parte de dichos programas.

2.7 Metodología para la aplicación de la estrategia comunicacional

- Análisis de la situación actual:

Consolidar la comunicación, coordinación y articulación institucional para lograr un abordaje integral frente a la crisis provocada por la covid-19.

- El plan de respuesta

El sistema educativo ha sido actualizado para incorporar nuevos aliados y enriquecer las herramientas digitales que pone a disposición de la población y ha empezado a trabajar la etapa de recuperación que incluye protocolos iniciales y fases para la reapertura progresiva y escalonada de clases presenciales. (Asuntos, 2020)

Debido a la restricción de movilidad y el querer evitar aglomeraciones las personas se encuentran en casa y esto ha impedido ejecutar los programas que Paz Joven ya tenía planificado; por lo tanto las mejores herramienta de comunicación son las redes sociales y plataformas digitales; por lo que los programas calendarizados se ejecutan de forma digital.

- Identificar públicos objetivos

Una de las partes de la estrategia debe contener aquel público que pueda estar interesado en partes de la organización o actividades que desarrolla. Comprender esto hace más fácil priorizar el trabajo de comunicación.

En este caso son los voluntarios que están activos y participando con Paz Joven en los distintos programas organizados serían quienes tendrán acceso al diplomado que les ayudará a desarrollar y ejecutar las cualidades y habilidades que debe poseer un líder comunitario.

En el caso de Mujeres *Bloggers* son mujeres voceras y líderes quienes se expresarán, crearán el contenido y darán a conocer la problemática que las afecta.

- Estrategia de planificación

La planificación marca el camino y el control aporta información acerca de dónde se encuentra la institución en cada momento. La estrategia de planificación y control en la que se envuelve un grupo de acciones que van de la mano para tener orden en el área en donde se detectó el déficit comunicacional (Big Galicia, Manuales Prácticos de la Pyme)

Las estrategias de comunicación se centran en un manual de metodologías para crear dos programas digitales uno dirigido a voluntarios y voluntarias de los distintos grupos municipales.

El segundo es la planificación y preparación de mujeres que posteriormente crearán un *blog* en *facebook*.

- Mensajes

Una vez que haya identificado las audiencias, la siguiente tarea es descomponer los objetivos en mensajes relevantes para cada una de esos públicos.

El mensaje para los voluntarios y voluntarias municipales es “Voceros y Voceras de Éxito” ya que en dicho diplomado desarrollan herramientas que les permitirá entender cómo debe transmitirse un mensaje, identificar qué características debe tener un vocero en la emisión de contenidos y cómo se puede reforzar las competencias trazadas por la asociación.

En Mujeres *Bloggers* el mensaje es “Mujeres por la Igualdad” puesto que ellas contarán con un espacio virtual que les permitirá expresarse y dar a conocer problemáticas que las afectan de conformidad a su contexto, incluyendo visibilizar la realidad y obstáculos que atraviesan las adolescentes y jóvenes indígenas por su condición étnica.

- Objetivos

Se comienza con la de más alta prioridad. Recordando que los mensajes deben ser relevantes y apropiados para cada público.

- Canales de comunicación

Para cada público identificado se deben indicar los canales más apropiados para comunicarse con ellos. Hay pros y contras en el uso de cada uno de los canales ya que pueden variar en función de las necesidades y los recursos de los que se disponen, para cada audiencia, probablemente habrá varios canales de comunicación adecuados.

Dichos medios de comunicación especialmente el *internet*, han propiciado también una gran revolución en los procesos de comunicación, al fomentar el intercambio de ideas y opiniones entre los consumidores de comunicación que difunden y romper con las barreras espacio-temporales. (César Bernal Bravo, 2018)

Voceros y Voceras Municipales: los líderes municipales informarán a sus jóvenes participantes, la información se publicaría en redes sociales, las charlas serán impartidas por *Zoom*.

Mujeres *Bloggers* se divulgará a través de la página de *Facebook* y el contenido creado se difundirá de forma semanal; se difundirá en las redes y medios de difusión comunitarios; además se crearán pautas en las redes sociales para incrementar el impacto y alcance.

- Medir y evaluar

La estrategia de comunicación debe concluir con una sección con la metodología que se vaya a utilizar para evaluar los resultados. ¿Cuándo se han cumplido los objetivos?

El diplomado de Voceros y Voceras Municipales se evaluará a través de ejercicios y reflexiones así como desarrollar documentos básicos; mientras que Mujeres *Bloggers* se evaluará según el alcance e impacto que tengan los programas.

2.8 Actividades para la operatividad de la estrategia

2.8.1 Propuesta 1

Manual metodológico para “Diplomado para Voceras y Voceros de éxito” Este diplomado busca formar a voluntarios municipales en su habilidad de liderazgo y desarrollo de habilidades y características de un vocero; es un proceso de formación donde los jóvenes podrán conocer y desarrollar habilidades de un vocero líder.

Se publicará en redes sociales la información sobre el diplomado con una breve explicación de los objetivos que se buscan alcanzar.

Al momento de la ejecución el mejor canal de comunicación es *Zoom*; tomando en cuenta que dicha plataforma es la más utilizada por Paz Joven, también que esta es una plataforma de fácil acceso y uso.

Para dicho diplomado se realizaron los siguientes productos

- a. Manual Metodológico
- b. Imagotipo para identificar el programa
- c. Publicaciones para *FanPage*
- d. Ficha de inscripción
- e. *Roll Up*
- f. Diploma
- g. *Gifs*

2.8.2 Propuesta 2

Manual metodológico para “Mujeres *Bloggers* por la Igualdad” dividido en dos fases, la primera consiste en la formación de 20 mujeres voceras con una duración de tres meses.

La fase dos consistirá en la creación de una página de *Facebook*; dicho espacio permitirá a las mujeres voceras el poder expresarse y dar a conocer problemáticas que las afectan de conformidad a su contexto, incluyendo visibilizar la realidad y obstáculos que atraviesan las adolescentes y jóvenes indígenas por su condición étnica.

Para el Blog son necesarios los siguientes productos:

- a. Manual Metodológico
- b. Imagotipo para el *blog*
- c. Foto de perfil para la página de *Facebook*
- d. Portada para la página de *Facebook*
- e. Publicaciones para *FanPage*
- f. Marco para foto de perfil de *Facebook*
- g. *Roll Up*
- h. *Banner*
- i. Videos
- j. *Gifs*

2.8.3 Propuesta 3

Manual de comunicación “Manual de Supervivencia” el cual cuenta con una recopilación de *tips* que les permita desenvolverse frente a personas, las cámaras y micrófono.

- a. Manual impreso
- b. Manual digital

2.8.4 Propuesta 4

Productos Promocionales: al momento del cambio de imagen que tienen planificado será necesario identificar el edificio.

- a. Rótulo Tipo *Block*

2.10 Financiamiento

UNICEF, Plan Internacional, La Niñas Lideran y el Peniundef; son los socios que se encargan del financiamiento de los proyectos.

2.11 Presupuesto

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO U	PRECIO TOTAL	FINANCIAMIENTO
1	Diseño de logotipo para <i>Blog</i>	Q150.00	Q150.00	Epesista
2	Gifs	Q62.50	Q125.00	Epesista
6	Diseño de <i>post</i> para redes	Q75.00	Q450.00	Epesista
3	Diseño de portada para manual	Q75.00	Q225.00	Epesista
2	Video para redes	Q200.00	Q400.00	Epesista
3	Diseño <i>banner, roll up,</i> marco para fotos	Q75	Q225.00	Epesista
1	Banner	Q135.00	Q135.00	Paz Joven
1	Roll Up	Q435.00	Q435.00	Paz Joven
25	Pauta en redes sociales	Q90.00	Q 2,250.00	Paz Joven
40	Videos tutoriales	Q200.00	Q8,000.00	Paz Joven
1	Presentadora	Q1,000.00	Q20,000.00	Paz Joven
3	Diagramación del manual	Q150.00	Q450.00	Epesista
1	Diseño de imagotipo para diplomado	Q150.00	Q150.00	Epesista
1	Diploma	Q75.00	Q75.00	Epesista
2	Impresión	Q55.00	Q110.00	Epesista
1	Rótulo tipo block	Q2464.00	Q2464.00	
			Q35,644.00	

Elaboración propia, junio 2020

2.12 Beneficiarios

Jóvenes voceras y voceros municipales de la Asociación Paz Joven

Mujeres líderes municipales de la Asociación Paz Joven.

2.13 Recursos humanos

Personal	Cargo	Actividad
María Luisa Méndez Cabrera	Directora Ejecutiva de Asociación Paz Joven	Aceptación de realizar EPS en la asociación. Trasladar información al departamento de Comunicación.
Alejandro Méndez	Comunicador Social de Asociación Paz Joven	Proporcionar material de la empresa. Apoyo con la elaboración de los proyectos
Mujer guatemalteca reconocida a nivel Nacional	Presentadora	Presentadora de los videos del <i>blog</i> .
Conferencistas	Conferencistas	Impartir las charlas para ayudar a los voluntarios y voluntarias de Paz Joven
Voluntarios y Voluntarias	Voceros y voceras	Beneficiados en recibir los talleres que les ayudarán a ser mujeres líderes
Voceras	Mujeres <i>Bloggers</i>	Mujeres encargadas de crear los programas que se publicarán en la plataforma

Elaboración propia, junio 2020

2.14 Áreas geográficas de acción

Asociación Paz Joven Guatemala Sede Central ubicada en 10° calle 2-16 zona 1 ciudad de Guatemala; con presencia en distintas en regiones del país que abarcan distintos departamentos y 65 municipios.

2.15 Cuadro Comparativo de la Estrategia

Actividad o producto comunicacional	Objetivos Específicos	Presupuesto	Recurso Humano	Área geográfica de impacto	Beneficiarios	Fecha de ejecución
Diplomado	Este diplomado busca formar a los voluntarios y voluntarias municipales en su habilidad de liderazgo y desarrollo de habilidades y características de un vocero.	Q4,225	Conferencistas Voluntarios Voluntarias	Guatemala País	Voluntarios Voluntarias	Octubre de 2020 Duración de 3 meses
<i>Blog</i>	Crear un espacio virtual que permita a mujeres voceras el poder expresarse y dar a conocer problemáticas que las afectan de conformidad a su contexto, incluyendo visibilizar la realidad y obstáculos que atraviesan las adolescentes y jóvenes indígenas por su condición étnica.	Q28,330	Mujeres Voceras Presentadora	Guatemala País	Mujeres del área rural	Octubre de 2020 Duración de 2 años

Manual de Éxito	Brindar a los voluntarios y voluntarias de una guía que les ayude a desarrollar las habilidades de comunicación frente a una cámara y micrófono	Q185	Diseñadora	10° calle 2-16 zona 1 ciudad de Guatemala	Asociación Paz Joven Voluntarios y Voluntarias Mujeres Voceras	Septiembre de 2020
Rótulo	Identificar el edificio o espacio en el que se encuentra la asociación	Q2,464	Diseñadora	10° calle 2-16 zona 1 ciudad de Guatemala	Asociación Paz Joven Voluntarios y Voluntarias Trabajadores	Enero 2021

Elaboración propia, julio 2020

Capítulo 3

3. Informe de la ejecución

3.1 Nombre de la ejecución

Manual metodológico para diplomado “Voceros y Voceras de Éxito”

3.1.1 Objetivo de la actividad

Crear un manual que brinde la metodología que permita continuar con la formación de los voluntarios municipales, para que sean capaces de desarrollar habilidades y características de un vocero municipal. (Ver anexos, pág. 64)

Al finalizar el diplomado los participantes contarán con herramientas que les permitan entender cómo debe transmitirse un mensaje, identificar qué características debe tener un vocero para ser exitoso en la emisión de contenidos y cómo se pueden reforzar las competencias; reconocerán la relevancia del papel de un voceros municipales, perfil, retos y responsabilidades que deben enfrentar.

3.1.2 Medio utilizado

Redes sociales de asociación Paz Joven, tales como *Facebook, Instagram, YouTube, Twitter* y *Zoom*. (Ver anexos, pág. 64-66)

3.1.3 Área geográfica de impacto

Sede central de Paz Joven ubicada en 10 calle 2-16 zona 1, ciudad de Guatemala.

Con alcance en 65 municipios del país, organizados en regiones que abarcan distintos departamentos y municipios.

3.1.4 Presupuesto en esta acción

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO U	PRECIO TOTAL	FINANCIAMIENTO
1	Diseño de imagotipo para diplomado	Q150.00	Q150.00	Epesista
1	<i>Gifs</i>	Q62.50	Q62.50	Epesista
1	Diploma	Q75.00	Q75.00	Epesista
2	Diseño de <i>post</i> para redes	Q75.00	Q150.00	Epesista
1	Diseño de portada para manual	Q75.00	Q75.00	Epesista
20	Videos tutoriales	Q200.00	Q4000.00	Paz Joven
1	Video para redes	Q200.00	Q200.00	Epesista
1	Diagramación del manual	Q150.00	Q150.00	Epesista
			Q4,862.50	

Elaboración propia. Agosto 2020

3.2 Nombre de la ejecución

Manual metodológico para “Mujeres *Bloggers*”

3.2.1 Objetivo de la actividad

Crear un manual que brinde la metodología para planificar la formación de las mujeres voceras para que luego sean capaces de crear un *blog*, en el cual las mujeres voceras tengan el poder expresarse y dar a conocer problemáticas que las afectan de conformidad a su contexto, incluyendo visibilizar, realidad y obstáculos que atraviesan las adolescentes y jóvenes indígenas por su condición étnica. (Ver anexos, pág. 67)

3.2.2 Medio utilizado

Redes sociales de asociación Paz Joven y de asociaciones anexas; tales como *Facebook*, *Instagram*, *YouTube* y *Twitter*. (Ver anexos, pág. 67-70)

3.2.3 Área geográfica de impacto

Sede central de Paz Joven ubicada en 10 calle 2-16 zona 1, ciudad de Guatemala.

Con alcance en 65 municipios del país, organizados en regiones que abarcan distintos departamentos y municipios.

3.2.4 Presupuesto en esta acción

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO U	PRECIO TOTAL	FINANCIAMIENTO
1	Diseño de logotipo para <i>Blog</i>	Q150.00	Q150.00	Epesista
1	Gifs	Q62.50	Q62.50	Epesista
4	Diseño de <i>post</i> para redes	Q75.00	Q300.00	Epesista
1	Diseño de portada para manual	Q75.00	Q75.00	Epesista
1	Video para redes	Q200.00	Q200.00	Epesista
3	Diseño <i>banner</i> , <i>roll up</i> , marco para fotos	Q75	Q225.00	Epesista
1	Banner	Q135.00	Q135.00	Paz Joven
1	Roll Up	Q435.00	Q435.00	Paz Joven
25	Pauta en redes sociales	Q90.00	Q 2,250.00	Paz Joven
20	Videos para <i>blog</i>	Q200.00	Q4,000.00	Paz Joven
1	Presentadora	Q1,000.00	Q20,000.00	Paz Joven

1	Diagramación del manual	Q150.00	Q150.00	Epesista
			Q27.982.50	

Elaboración propia. Agosto 2020

3.3 Nombre de la ejecución

Manual de supervivencia

3.3.1 Objetivo de la actividad

Brindar una guía con recopilación de distintos *tips* que ayuden a jóvenes y mujeres voceras a desarrollar el desenvolvimiento personal con objeto de ser líderes exitosos. (Ver anexos, pág. 71)

3.3.2 Medio utilizado

Manual digital e impreso

3.3.3 Área geográfica de impacto

Sede central de Paz Joven ubicada en 10 calle 2-16 zona 1, ciudad de Guatemala.

Con alcance en 58 municipios del país, organizados en regiones que abarcan distintos departamentos y municipios.

3.3.4 Presupuesto en esta acción

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO U	PRECIO TOTAL	FINANCIAMIENTO
1	Diseño de portada	Q75.00	Q150.00	Epesista

1	Diagramación del manual	Q150.00	Q150.00	Epesista
2	Impresión de manuales	Q55.00	Q110.00	Epesista
			Q335.00	

Elaboración propia. Agosto 2020

3.4 Nombre de la ejecución

Rótulo tipo *block*

3.4.1 Objetivo de la actividad

Identificar el edificio luego del cambio de imagen en redes sociales. (Ver anexos, pág. 71)

3.4.2 Medio utilizado

Edificio de la asociación

3.4.3 Área geográfica de impacto

Sede central de Paz Joven ubicada en 10 calle 2-16 zona 1, ciudad de Guatemala.

3.4.4 Presupuesto en esta acción

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO U	PRECIO TOTAL	FINANCIAMIENTO
1	Rótulo tipo block	Q2,464.00	Q2,464.00	Paz Joven

Elaboración propia. Agosto 2020

3.4 Programación y calendarización:

No.	Actividad	Periodo de Actividad																																				
		Febrero		Marzo		Abril		Mayo		Junio		Julio		Agosto		Septiembre																						
		S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5							
1	Primera reunión																																					
2	Fase propedéutica																																					
3	Elaboración y entrega de informes de Fase Propedéutica																																					
4	Investigación de Campo																																					
5	Primer acercamiento con la asociación																																					
6	"Comunicación Organizacional" Brenda Chacón																																					
7	"Comunicación en tiempos de crisis" Jonathan Mejía																																					
8	Solicitud de entrevista con la Coordinadora																																					
9	Entrevista con la Coordinadora																																					
10	"Los grandes Retos de nuestra profesión ante la crisis mundial y las nuevas tecnologías" Sergio Rinaldi																																					
11	Segunda entrevista con la coordinadora																																					
12	Reunión con director de Comunicación																																					
13	"Árbol de Problemas y el FODA" Sandra Corzo																																					
14	"Redacción de objetivos para diagnóstico y estrategia de Comunicación" Walter Pérez																																					
15	"Enfoque Cualitativo y Cuantitativo" Krista Ramirez																																					
16	"Análisis de recopilación de Datos" Evelin Hernández																																					
17	Envío de carta																																					
18	"Barreras de la Comunicación" Evelin Morazán																																					
19	"Herramientas digitales para la nueva comunicación" Mynor Martínez																																					
20	"Eficiencia de la Expresión Verbal en Video Conferencias Académicas" Jose María Torres																																					
21	Elaboración de Evaluación Diagnóstica																																					
22	Entrega de Evaluación Diagnóstica																																					
23	Segunda reunión con el coordinador de comunicación																																					
24	Tercera reunión con el coordinador de comunicación																																					
25	Elaboración de Plan de Comunicación																																					
26	Reclutamiento de bases para crear los manuales solicitados																																					
27	"La radio en línea en la Nueva Era Digital" Raúl Urbina																																					
28	Elaboración de Manuales Metodológicos																																					
28	Elaboración de Artes																																					
30	Primera entrega de artes																																					
31	Solicitud de Manual con tips																																					
32	Entrega de borrador de plan de comunicación																																					
33	Correcciones plan de comunicación																																					
34	Entrega de Plan de Comunicación																																					
35	"Salud y seguridad ocupacional" Victor Figueroa																																					
36	"Desarrollo del plan de comunicación" Mynor Amezcuita																																					
37	"Herramientas digitales para la ejecución del Plan de comunicación" Mynor Martínez																																					
38	"Manejo de herramientas digitales y medios de comunicación en la actualidad" Ricardo Girón																																					
39	Arreglo de manuales																																					
40	Elaboración de informe de ejecución																																					
41	"Creando contenidos para redes sociales" Marvin Sarmiento																																					
42	"Herramientas para la estrategia de comunicación digital efectiva" Flavio Pivalar																																					
43	"El proceso de la estrategia de comunicación desde su concepto hasta su aplicación" Jorge Morales																																					
44	Correcciones de informe																																					
45	"La importancia de la comunicación interna en tiempo de crisis" Edna Marroquín																																					
46	"¿Cómo evaluar mi proyecto de comunicación" Evelin Hernández																																					
47	"Organizar, controlar y concluir" Lourdes Ramírez																																					
48	Envío de materiales a la asociación para revisión																																					
49	Entrega de informe de ejecución																																					
50	Correcciones finales de productos para la asociación																																					
51	Corrección de informe																																					
52	Informe final																																					
53	Evaluación de informes, entrega de informe digital y escrito																																					
54	Finalización de EPS de Licenciatura																																					

Elaboración propia. Agosto 2020

i. Conclusiones

En el marco de la elaboración de la estrategia de comunicación para Asociación Paz Joven de Guatemala se ha podido concluir:

- Según el diagnóstico de comunicación realizado se hace notar que, externamente existen algunos factores que impiden ejecutar los programas establecidos; esto debido a que siempre se han realizado de forma presencial y el poco acceso a la tecnología ha dificultado la ejecución de ciertos programas
- La elaboración de los manuales metodológicos contribuirá significativamente en la ejecución de los programas y poder continuar cumpliendo con los objetivos trazados por la asociación.
- Internamente “Paz Joven Guatemala” no cuenta con un canal de comunicación que no sea *WhatsApp* o correo electrónico, lo cual ha dificultado la comunicación entre colaboradores departamentales por lo tanto es necesario buscar nuevas vías y estrategias que faciliten los procesos de comunicación.
- Debido a la pandemia las redes sociales de Paz Joven se ven un tanto descuidadas, denotando así que les falta una mejor planificación para crear contenido por lo tanto es necesario desarrollar más contenido que genere tráfico en las distintas redes sociales.

ii. Recomendaciones

El presente plan de comunicación se encuentra enfocado en el mejoramiento de la función de Paz Joven, por lo que se realizan las siguientes recomendaciones:

- La utilización y seguimiento de los manuales metodológicos permitirá seguir ejecutando los programas y voluntariados por lo que es necesario darle seguimiento de forma ordenada cada uno de los pasos ahí detallados.
- Debido al tiempo de crisis es importante la capacitación de los colaboradores, ya que esto permitirá un mejor flujo de comunicación.
- Llevar un mejor manejo de redes sociales, esto debido a que las publicaciones no se realizan en los mejores horarios, las publicaciones que mayor interacción tienen es en las cuales aparecen los voluntarios y voluntarias por lo que también es necesario cambiar el concepto de las publicaciones.
- También es recomendable realizar publicaciones que los redirijan a otras redes sociales, se observó que la misma publicación se realiza en más de una la red social y esto hace que el tráfico e interacción sea menor.
- Paz Joven cuenta con una página *WEB* la cual se encuentra en construcción desde hace ya varios meses, se debe renovar y darle seguimiento para que los jóvenes puedan seguir empapándose de la información que ahí se encuentra.
- Es de suma importancia generalizar y actualizar la información de la asociación, los datos e información es distinta en cada plataforma virtual a la que se tiene acceso.

iii. Referencias

- Míguez, R. G. (2006). *Comunicación y Comportamiento del Consumidor* (Primera Edición ed.). España, España: Gesvivo, S.L.
- Berlo David K. 1984. *El Proceso de Comunicación*. XIV Edición. Argentina. El Ateneo Editorial. Págs. 172.
- Asociación Paz Joven Guatemala. (27 de Abril de 2020). *Paz Joven Guatemala*. Obtenido de Paz Joven Guatemala: <https://pazjoven.org/inicio/>
- Ocampo, D. S. (2019, 8 octubre). El enfoque mixto de investigación: algunas características. Investigalia. <https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-mixto-de-investigacion/>
- Paz Joven de Guatemala. (2018) Percepciones De Servidores Públicos, Adolescentes, Jóvenes En El Abordaje Y Garantía De Los Derechos Sexuales Y Reproductivos. Recuperado de <https://pazjoven.org>
- Raffin, M. E. (23 de Enero de 2020). *Concepto.de*. Obtenido de <https://concepto.de/alcance-y-limitaciones-de-un-proyecto>
- Hernández Sampieri, Roberto, Fernández-Collado Carlos, Baptista Lucio Pilar, (2006) “Metodología de la investigación”. México, McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. DE C.V. México 4ta. Edición.
- Bonilla Castro, Elssy, Hurtado Prieto, Jimena y Jaramillo Herrera Christian, (2009) *La Investigación, Aproximaciones a la construcción del conocimiento científico*. México, Alfaomega
- Berganza Conde, Rosa y Ruiz San Román, José A. (2005) *Investigar en Comunicación, Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación*. España, McGraw-Hill Interamericana de España, S.A.U
- Pardinas, F. (2005). *Metodología y técnicas de investigación en Ciencias Sociales* . México : Siglo XXI Editores.
- Ross, S. (2005). *Introducción a la Estadística*. Barcelona, España: Editorial REVERTÉ, S.A.
- Salazar, H. Z. (2005). *Planeación Estratégica aplicada a cooperativas y demás formas asociativas y solidarias*. Colombia: Universidad Cooperativa de Colombia.

Torres, C. A. (2006). *Metodología de la Investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. México: Pearson Education.

Urbano, J. A. (2006). *Técnicas para investigar: recursos metodológicos para la preparación de proyectos de investigación*. Córdoba: Brujas.

Moguel, E. A. (2005). *Metodología de la Investigación*. Tabasco : Universidad Juárez Autónoma .

Abatedaga, N. (2008). *Comunicación Epistemeología y y metodologías para planificar por consensos*. Argentina: Brujas.

Cuéllar, J. C. (2000). *Planificación estratégica y operativa*. Quito: ABYAYALA.

Manual para el establecimiento de Pequeñas Empresas. (2005). Colombia: CIAT.

E-grafía

Inicio. (2020, 27 abril). Paz Joven Guatemala. <https://pazjoven.org/inicio/>

Asuntos, O. d. (2020). *Guatemala: COVID-19*. Guatemala Pandemia Coronavirus COVID 19 Informe de Situación, Naciones Unidas Guatemala, Guatemala. Obtenido de <https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/Guatemala%20-%20COVID-19%20Informe%20de%20Situaci%C3%B3n%20No.%2005%20%28al%2008%20e%20junio%202020%29.pdf>

César Bernal Bravo, M. C.-S. (2018). *Investigación en metodologías virtuales, redes sociales y comunicación* (Primera ed.). Barcelona: Octaedro S.L. Obtenido de <https://books.google.com.gt/books?id=rAGIDwAAQBAJ&pg=PT17&dq=metodologia+de+comunicacion&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjPwoTdsb7qAhXEdN8KHXUBA90Q6AEwAnoECAUQA#v=onepage&q=metodologia%20de%20comunicacion&f=false>

Esparcia, A. C. (2009). *Relaciones Públicas Teoría e Historia*. Barcelona: Editorial UOC. Obtenido de <https://books.google.com.gt/books?id=-W24pmYiVesC&pg=PA124&dq=comunicaci%C3%B2n+externa&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiGp67whtPqAhUIoHIEHdYNAygQ6AEwB3oECAkQA#v=onepage&q=comunicaci%C3%B2n%20externa&f=false>

- López, A. A. (2004). *El Proceso de la entrevista, conceptos y modelos*. México, México: Limusa. Obtenido de https://books.google.com.gt/books?id=V-Wi4_aHmKAC&pg=PA7&dq=entrevista&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiw8rTp8JvqAhVLoZ4KHefBBMAQ6wEwA3oECAUQAQ#v=onepage&q=entrevista&f=false
- Martín, F. A. (2010). *La Encuesta una perspectiva general metodológica (2a Edición ed., Vol. 2)*. Montalbán, Madrid, Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas. Obtenido de <https://books.google.com.gt/books?id=GbZ5JOIoDEC&printsec=frontcover&dq=que+es+encuesta&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiRoby653qAhWCdt8KHXYjDcsQ6wEwAXoECAIQAQ#v=onepage&q=que%20es%20encuesta&f=false>
- Pérez Múnera, C, A. (2008). *Claves para Dirigir en Tiempos de Crisis*. Medellín: Fondo Editorial. Recuperado de: <https://books.google.com.gt/books?id=QC-jDwAAQBAJ&pg=PA92&dq=comunicacion+en+tiempos+de+crisis&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi76prypNrpAhXFY98KHeI5AGkQ6AEIRDAE#v=onepage&q=comunicacion%20en%20tiempos%20de%20crisis&f=false>
- Melgar Rivera, S, J. (2006). *Propuesta Arquitectónica Centro De Integración Juvenil Paz Joven, Santa Catarina Mita, Jutiapa*. Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala.
- Gómez, M. M. (2006b). *Introducción a la Metodología de la Investigación Científica* (Primera Edición ed.) [Libro electrónico]. Editorial Brujas. https://books.google.com.gt/books?id=9UDXPe4U7aMC&pg=PA121&dq=metodo+de+investigacion+mixto&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj_JqqyJbqAhWRQs0KHeGuD6IQ6AEwBHoECAUQAQ#v=onepage&q=metodo%20de%20investigacion%20mixto&f=false
- Guzman, M., & Verstappen, B. (2002). *¿Qué es la Documentación?* - Google Libros. Google Books. <https://books.google.com.gt/books?id=wviMXiC1BggC&pg=PA12&dq=que+es+documentacion&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj55ICx6pvqAhWkmOAKHQJHD48Q6AEwAXoECAAQAQ#v=onepage&q=que%20es%20documentacion&f=false>
- Ibáñez, A. A. (2006). *El Proceso De La Entrevista/ the Interview Process (Spanish Edition) (4.ª ed.)*. Editorial Limusa S.A. De C.V. https://books.google.com.gt/books?id=V-Wi4_aHmKAC&pg=PA7&dq=entrevista&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiw8rTp8JvqAhVLoZ4KHefBBMAQ6wEwA3oECAUQAQ#v=onepage&q=entrevista&f=false

- Matelart, A. y. (1981). *Los Medios de Comunicación en Tiempos de Crisis* (Primera Edición en Español ed.). Madrid: Siglo Veintiuno. Obtenido de <https://books.google.com.gt/books?id=0Wt4YjOCRXIC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Román, C. J. (2005). *El libro de las habilidades de comunicación* (Segunda Edición ed.). España: Días de Santos, S.A. Obtenido de <https://books.google.com.gt/books?id=7ldQbFzhRBkC&pg=PA42&dq=Elementos+de+la+comunicacion&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjXgoPCILrqAhWidt8KHVPCBuAQ6AEwBXoECAYQA#v=onepage&q=Elementos%20de%20la%20comunicacion&f=false>
- Benitez, R. (2014, 13 enero). *Cómo desarrollar una estrategia de comunicación en 8 pasos* [Foro]. El diván Digital. <https://www.benitezrafa.es/como-desarrollar-una-estrategia-de-comunicacion-en-8-pasos/>
- RAE. (2016). RAE. Obtenido de RAE: <http://www.rae.es/>
- Verstappen, M. G. (2002). *¿Qué es documentación?* Suiza: Huridocs. Obtenido de <https://books.google.com.gt/books?id=wviMXiC1BggC&pg=PA12&dq=que+es+documentacion&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj55ICx6pvqAhWkmOAKHQJHD48Q6AEwAXoECAAQA#v=onepage&q=que%20es%20documentacion&f=false>
- Esparcia, A. C. (2009). *Relaciones Públicas Teoría e Historia*. Barcelona: Editorial UOC. Obtenido de <https://books.google.com.gt/books?id=W24pmYiVesC&pg=PA124&dq=comunicaci%C3%B2n+externa&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiGp67whtPqAhUIoHIEHdYNAYgQ6AEwB3oECAkQA#v=onepage&q=comunicaci%C3%B2n%20externa&f=false>

iv. Anexos



Imagen 1. Fuente Facebook Paz Joven



Imagen 2. Fuente Facebook Paz Joven



Imagen 3. Fuente Facebook Paz Joven

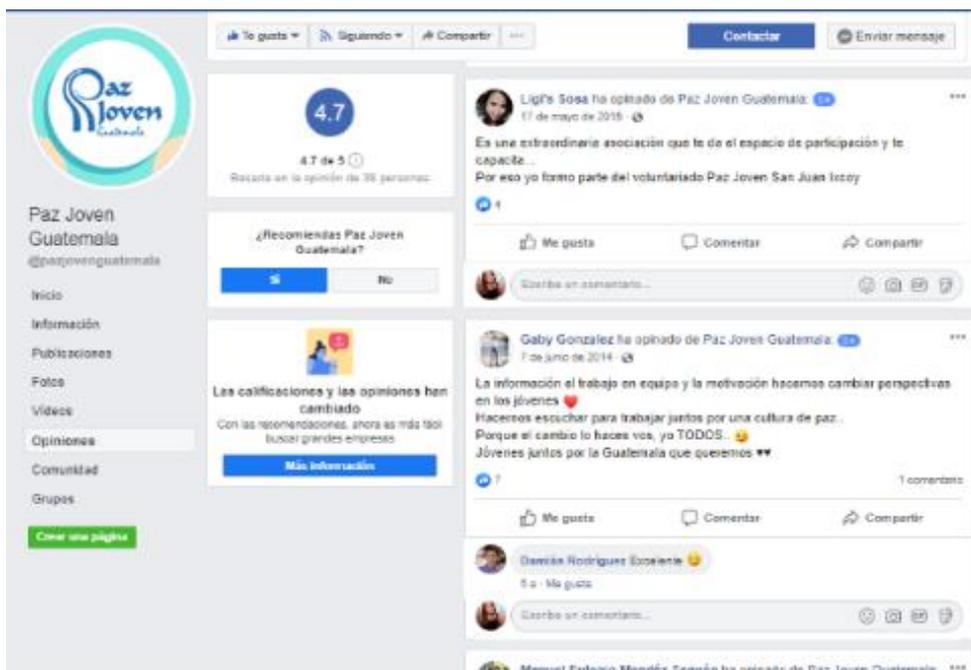


Imagen 4. Fuente Facebook Paz Joven



Imagen 5. Fuente página WEB Paz Joven



Imagen 6. Fuente Twitter Paz Joven



Imagen 7. Fuente *Twitter* Paz Joven



Imagen 8. Fuente *Twitter* Paz Joven

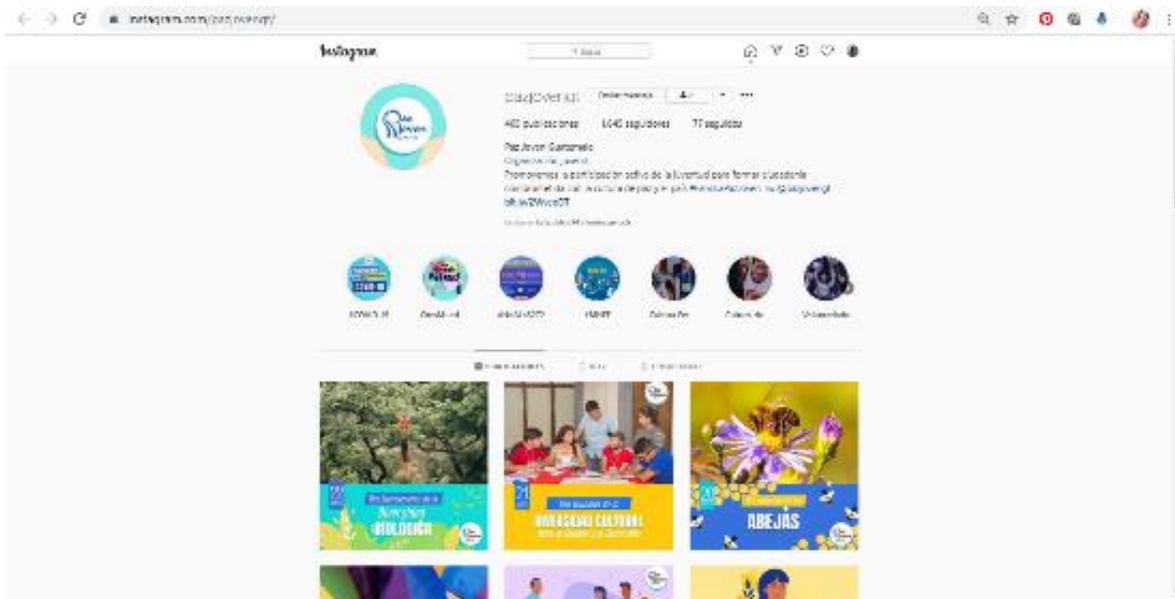


Imagen 9. Fuente *Instagram* Paz Joven

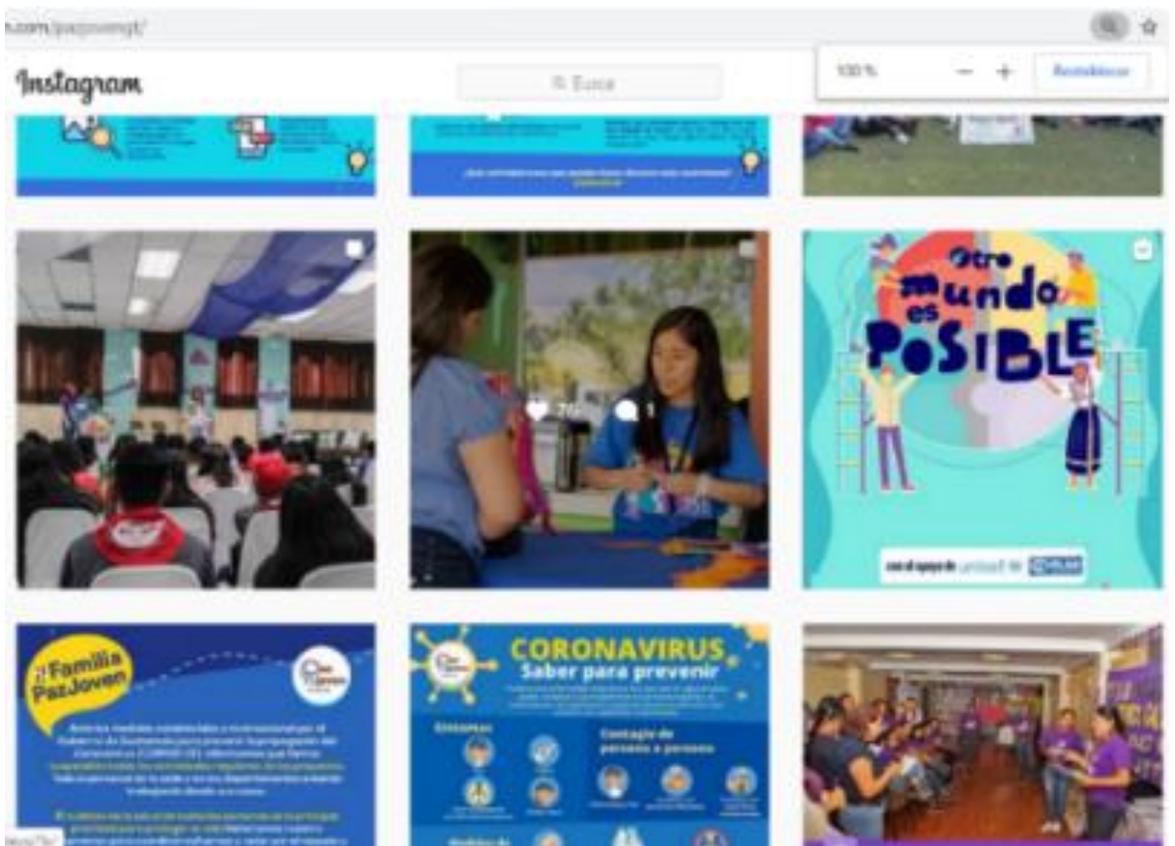


Imagen 10. Fuente *Instagram* Paz Joven

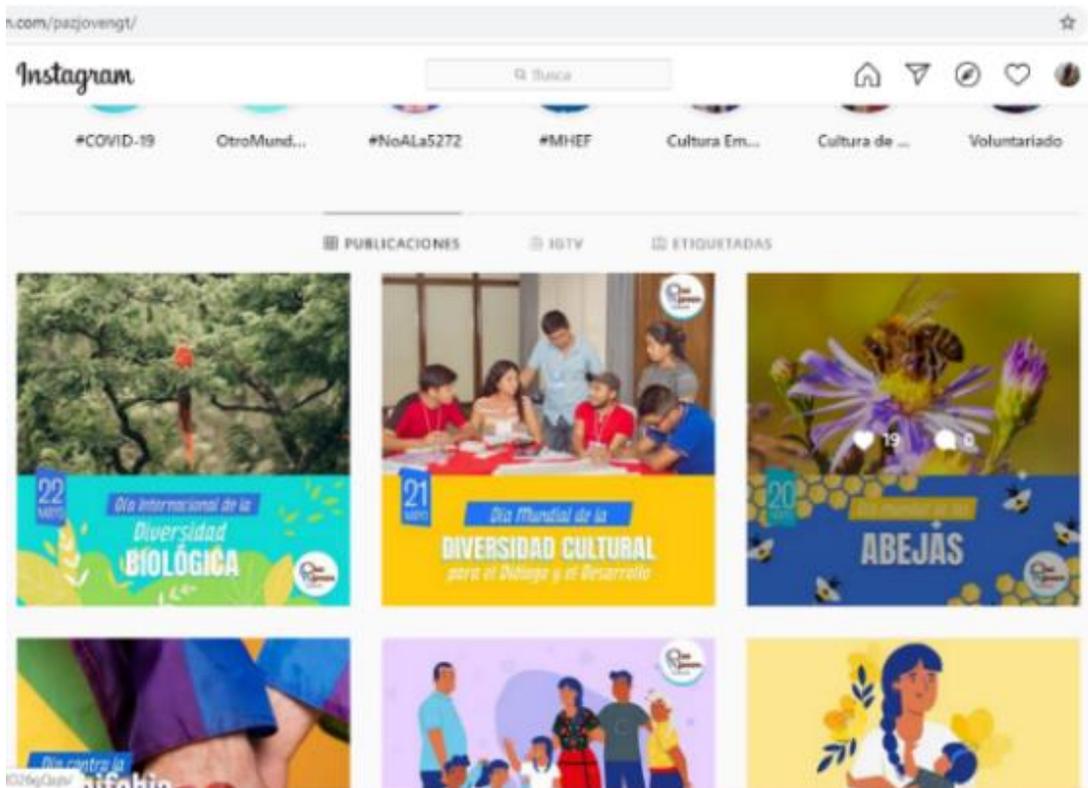


Imagen 11. Fuente *Instagram* Paz Joven



Imagen 12. Fuente *YouTube* Paz Joven

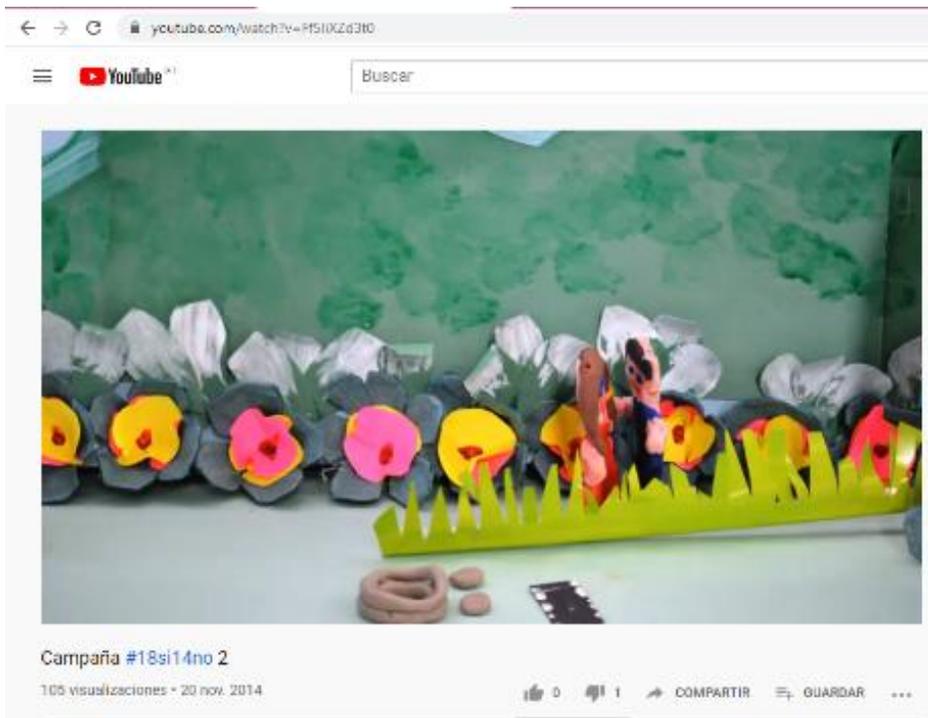


Imagen 13. Fuente *YouTube* Paz Joven

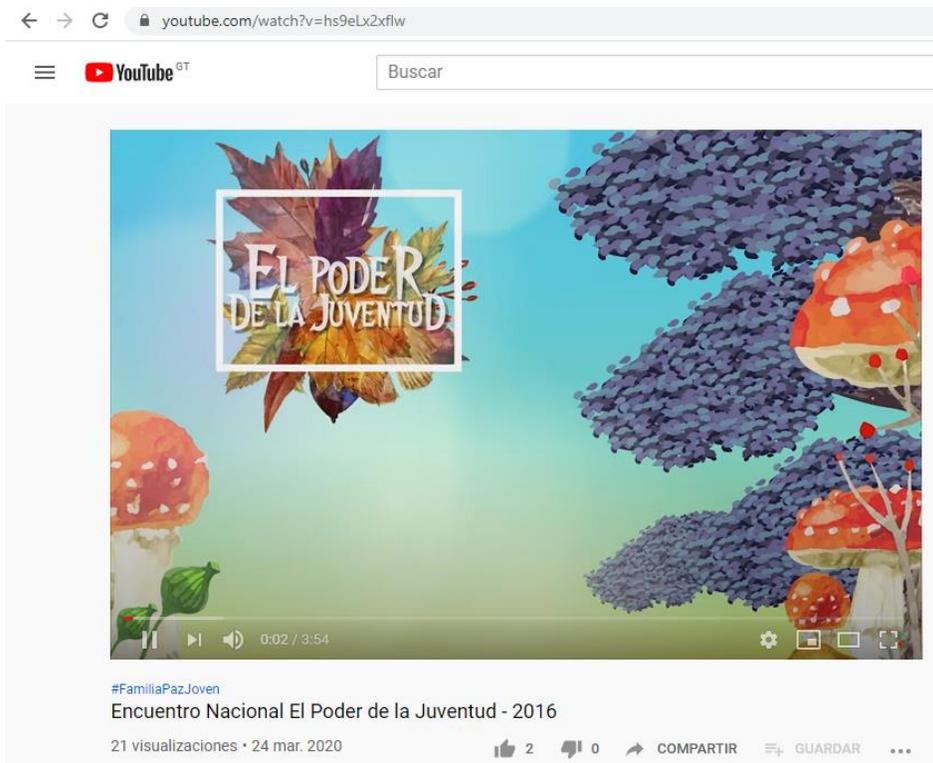


Imagen 14. Fuente *YouTube* Paz Joven



Imagen 15. Fuente *YouTube* Paz Joven



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



DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN

Por: Yesenia Marilú Sucuquí Vicente

Guatemala es considerado un país joven debido a que el 25% de la población está comprendida entre los 15 y 29 años de edad, y un 44% de la población es menor de 15 años. Debido a esto, en el año 2003 se fundó la Coordinadora Juventud por Guatemala (CJG) que fomentó la creación de organizaciones de jóvenes para el desarrollo de éste sector de la población guatemalteca.

La siguiente encuesta tiene como fin recabar información de las opiniones que los jóvenes tienen sobre los Programas de Participación Juvenil y Temas de Interés. Los datos proporcionados serán tratados con profesionalismo y discreción.

Edad

11 a 12 años

13 a 17 años

18 a 20 años

21 a 25 años

26 a 30 años

Sexo

F

M

Lugar de residencia Departamento:

Participación Juvenil

1. ¿Conoces Asociaciones que realizan actividades con jóvenes y para jóvenes? ¿Cuáles?
Sí No
2. ¿Has escuchado sobre la Asociación Paz Joven de Guatemala?
Sí No
3. ¿Has participado en algún voluntariado Juvenil?
Sí No

Si la respuesta es No continúa a la sección de Participación. Si la respuesta es sí pasa a la sección Voluntariado

Participación

1. ¿Te gustaría participar en Encuentros Juveniles?

Sí No

Si la respuesta es No ¿Por qué?

Si la respuesta es NO envía el formulario, si la respuesta es sí pasa a la sección de voluntariado. Gracias por tus respuestas.

Voluntariado

1. ¿A través de qué medios te enteras de las actividades?
2. ¿Es fácil acceder a la información sobre las actividades que se desarrollan?
3. ¿Cuáles son los Temas que te gustaría se trataran en los encuentros Juveniles?
4. ¿Te gustaría que las fotografías de los encuentros se publicaran en las redes Sociales? ¿Por qué?
5. ¿Consideras que las Redes Sociales juegan un papel importante para involucrar a los jóvenes en Temas de la actualidad?

Encuesta realizada a jóvenes.



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



DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN PAZ JÓVEN GUATEMALA

Por: Yesenia Marilú Sucuquí Vicente

1. **¿Cómo manejan la Crisis actual?**
2. **¿Qué medios utilizan para dar a conocer sus actividades?**
3. **¿Son funcionales los métodos que se utilizan para comunicar?**
4. **¿Cómo ha afectado la contingencia del país en la realización de los Programas Juveniles?**
5. **¿Poseen una base de datos de los jóvenes voluntarios?**
6. **¿Qué inconvenientes son los más frecuentes y por los cuales los jóvenes en ocasiones no asisten a las actividades?**
7. **¿En los municipios están llevando a cabo algunas actividades derivadas por la situación del país?**
8. **¿Cuentan con apoyo de otras asociaciones para la realización de programas a pesar de la situación en la que se encuentra el país?**
9. **¿Cómo están trabajando la comunicación con los colaboradores de la asociación?**
10. **¿Cuentan con una estrategia para el manejo de redes sociales, porque según el sondeo que realizó hay publicaciones que se han hecho en horas de la noche?**

Entrevista realizada a director de Comunicación de Paz Joven

¿Cómo manejan la crisis actual?
Nos está costando un poco porque hay personas que no están acostumbradas a la tecnología y les cuesta un poco más, también por la limitación a acceso a <i>internet</i> o incluso a la energía eléctrica. Pero hemos tratado de estar en contacto.
¿Qué medios utilizan para dar a conocer sus actividades?
En las redes sociales y por medio de los líderes de los grupos locales
¿Son funcionales los métodos que se utilizan para comunicar?
Actualmente hicimos como un plan del COVID-19 y muchas de las acciones pues se compartieron de manera digital, vamos a trabajar algunos <i>spot</i> radiales, unos <i>podcast</i> y algunas campañas para redes sociales. Siempre nos habíamos reunido para tratar temas a trabajar y los líderes de los Capítulos Municipales, es como les llamamos a los grupos que se encuentran en los municipios, ellos se coordinan con los grupos de jóvenes.
¿Cómo ha afectado la contingencia del país en la realización de los programas juveniles?
Por la situación si cambia toda esa parte y nos hemos organizado, algunas cosas las hemos hecho de manera virtual pero estamos en ese proceso de cambio. Incluso teníamos pensado hacer un cambio de imagen para la asociación pero por todo esto lo tuvimos que dejar en pausa pero si estamos viendo cómo hacemos para lanzar el cambio de imagen. Pero solo en algunas actividades, no de todas, nos modificaron varias porque algunas actividades eran de hacer ferias ecológicas; como no se puede hacer ninguna actividad masiva nos dificulta un poco cambiar eso y convertirlo al área digital pues hay muchas limitaciones porque nosotros trabajamos en el área rural y pues ahí el acceso a <i>internet</i> es muy limitado; incluso ya hicimos un sondeo y en algunos sectores hasta hay problemas de luz, va mucho más lejos eso, las dificultades como esas pues nosotros no podríamos responder de inmediato entonces estamos viendo la manera de modificar todo el trabajo de la asociación.
¿Poseen una base de datos de los jóvenes voluntarios?
Actualmente nosotros trabajamos con jóvenes organizados, con grupos compartidos. Nuestro tema de voluntariado no es como que hagamos una convocatoria por medio de las redes sociales por si algún día sé quieren unir, mejor te lo pongo como una comparación <i>Techo</i> , ellos hacen convocatorias por medio de campamentos y así hacen lo de las casas, el tema de nosotros es

diferente porque nosotros trabajamos con grupos organizados, eso quiere decir que estos grupos se mantienen permanentemente.

Trabajamos con grupos de 10 voluntarios y voluntarias como mínimo, hacemos capacitaciones, talleres y actividades.

Son nuestros grupos bases el tema de convocatoria no se nos hace difícil porque es permanente el voluntariado de ellos, no es que hagamos como un lanzamiento que los que vengan es con los que vamos a trabajar. Solo cuando hacemos actividades como ferias que lanzamos convocatorias pero el tema de voluntariado de esa manera trabajamos y así es como están formados los grupos a nivel nacional.

¿Qué inconvenientes son los más frecuentes y por los cuales los jóvenes en ocasiones no asisten a las actividades?

Pues no tenemos mayor problema por lo mismo que los jóvenes ya forman parte de grupos, ya han tenido capacitación y entrenamiento.

Ahí tenemos un poquito de inconveniente porque hay personas que nos escriben que quieren sumarse a lo que hacemos y se nos dificulta porque solo trabajamos con grupos y ellos ya tienen una formación y se vuelven en un grupo constante y son los mismos que siempre van. Por eso se nos dificulta porque es todo un proceso para ser parte del voluntariado de Paz Joven.

A los grupos nosotros les llamamos capítulos principales o locales. Y hay todo un procedimiento para que se formen y sean parte de estos capítulos municipales no es solo que se unan y ya.

¿En los municipios están llevando a cabo algunas actividades derivadas por la situación del país?

Teníamos planificados 4 proyectos, estos pues pararon y se cambiaron y modificaron algunas acciones y ahí entra este plan del que hablaba que se va al área digital, algunas actividades que han hecho por iniciativa propia los voluntarios, ellos han recolectado algunos viveres y los han ido a dejar a algunas comunidades, nosotros lo hemos apoyado con algunos insumos de cuidado pero nosotros como asociación no estamos realizando actividades donde ellos salgan porque en cualquier momento se pueden contagiar aunque estén haciendo una buena obra.

Sería muy riesgoso que nosotros hagamos eso y los voluntarios se contagiaran, recaería mucha responsabilidad en nosotros. Ellos trabajan de manera autónoma. No los limitamos en sus iniciativas, han realizado algunas actividades y nosotros las hemos publicado en las redes sociales.

¿Cuentan con apoyo de otras asociaciones para la realización de programas a pesar de la situación en la que se encuentra el país?

Trabajamos por medios de proyectos y estos socios, así los llámanos nosotros, que son los de UNICEF, Plan Internacional, La Niñas Lideran y el Peniundef; son los socios con los que estamos impulsando los proyectos actualmente.

Económicamente si nos siguen apoyando; con ellos hemos trabajado estos proyectos y ahorita se modificó pero nos siguen apoyando.

¿Cómo están trabajando la comunicación con los colaboradores de la asociación?

En el tema de comunicación interna, igual hemos tenido con algunos. Nuestra asociación está dividida en el área central donde está la directora ejecutiva y los coordinadores; luego vienen los técnicos de campo.

El problema con los técnicos de campo es que son las personas que viven en los departamentos, los problemas son el acceso a *internet* y segundo porque algunos no están familiarizados con algunas plataformas o les cuesta un poco el tema de la tecnología entonces creo que en esa parte se nos ha dificultado un poco más todo el proceso.

A veces en una reunión en una plataforma virtual pues el conectarse a veces tarda más de lo planeado, luego en la reunión se les va el *internet* y pues también las reuniones por todo lo que pasa no se pueden hacer presenciales; con ellos la dinámica era de siempre presenciales, sí usábamos correo electrónico y *WhatsApp* siempre el tema de las reuniones las teníamos presenciales nunca virtuales y creo que ahí es donde hemos tenido un poquito de dificultad en el tema de tecnología porque ellos no saben manejarlas mucho.

Pero siempre seguimos comunicados por *WhatsApp* y por las redes sociales. Creo que el *WhatsApp* ha sido siempre la manera de comunicación con ellos y en eso no hemos tenido mayor dificultad.

¿Cuentan con una estrategia para el manejo de redes sociales, porque según el sondeo que realizó hay publicaciones que se han hecho en horas de la noche?

Fíjate que se había hecho un pequeño manual pero no tenía como de los todos estos elementos y creo que al final se dejan de institucionalizar en toda organización. Habíamos hecho uno pero muy pequeño que no respondía a todo el tipo de lenguaje.

Ahorita hemos trabajado con alguna especie como de *checklist*; algunos *post* deben tener algunas características para sean publicados, pero un manual así como tal no lo tenemos.

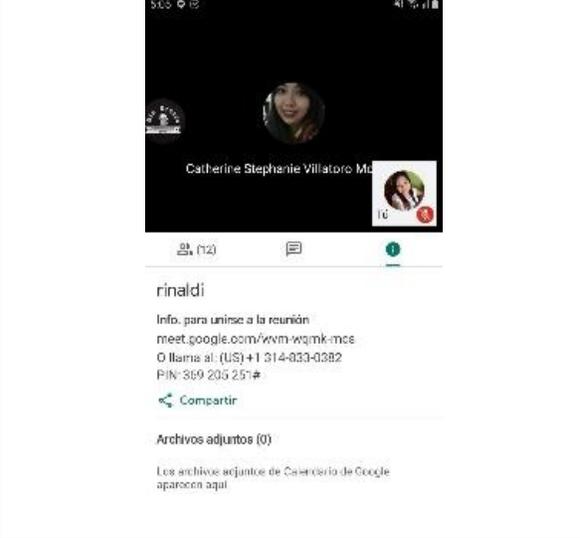
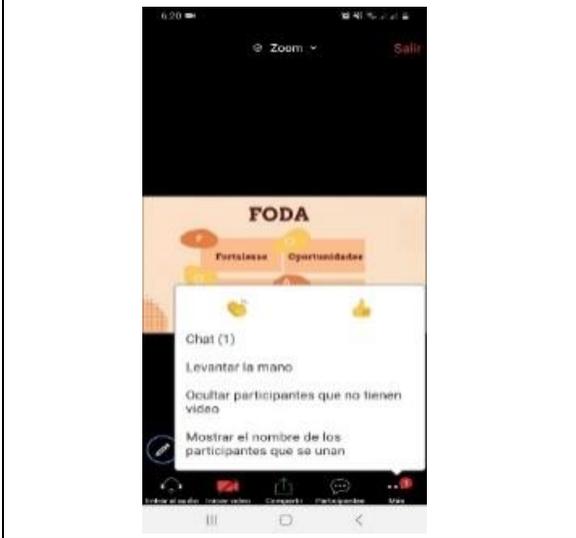
Pero si llevamos un control de tema de imagen que lleven los colores y logotipos. Manejamos las publicaciones por medio de un calendario que responde a los ejes de la institución y si responden a los horarios con mayor audiencia.

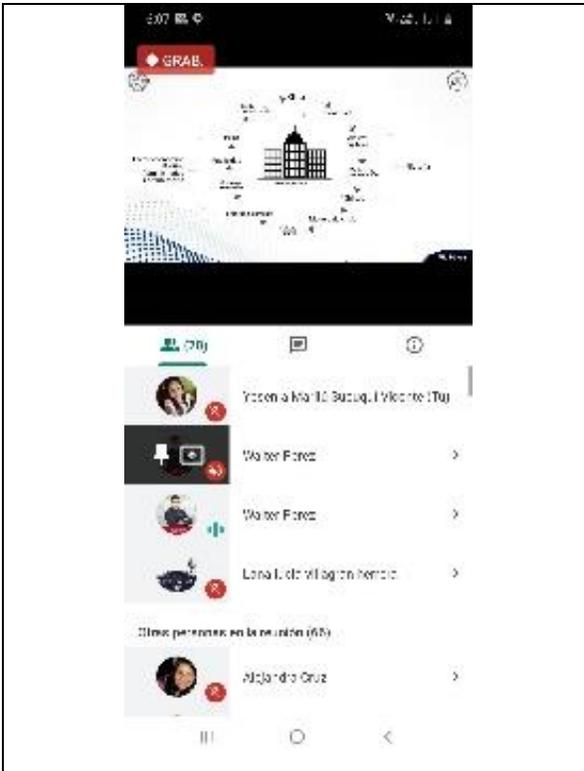
¿Otras personas habían trabajado estudios comunicacionales con la asociación?

Han trabajado epesistas pero de Diseño Gráfico, también una que creo era de Ciencias Políticas pero no estoy seguro. De diversificado han venido dos personas. Solamente ellos han trabajado con nosotros.

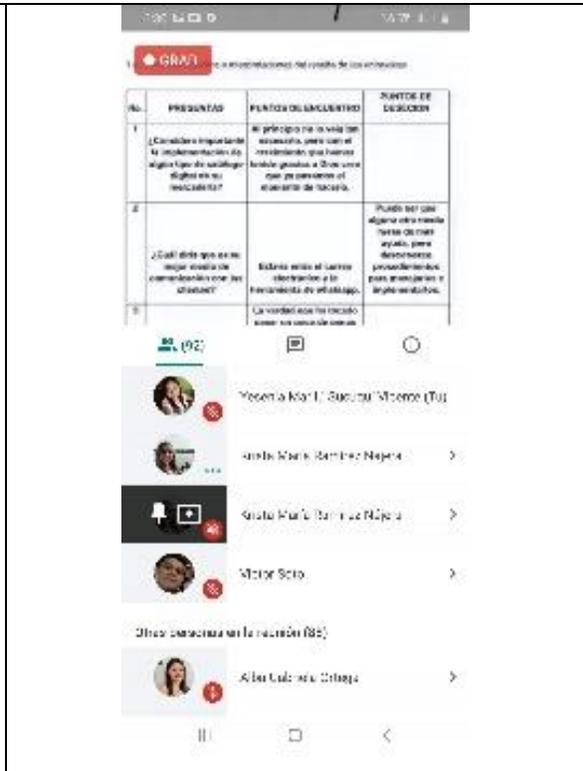
Transcripción de entrevista realizada a Alejandro Méndez

Conferencias

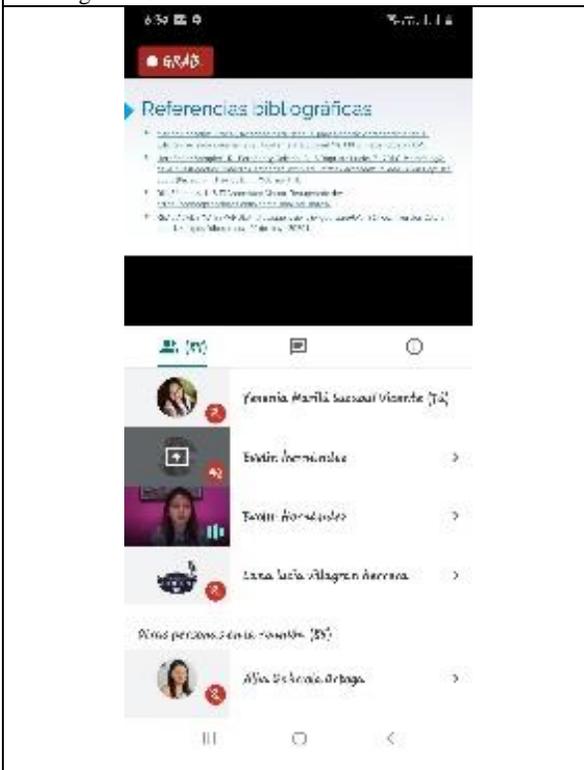
	
<p>Brenda Chacón “Comunicación Organizacional”</p>	<p>Jonathan Mejía “Comunicación en tiempos de crisis”</p>
	
<p>Sergio Rinaldi “Los grandes Retos de nuestra profesión ante la crisis mundial y las nuevas tecnologías”</p>	<p>Sandra de Corzo “Árbol de Problemas y el FODA”</p>



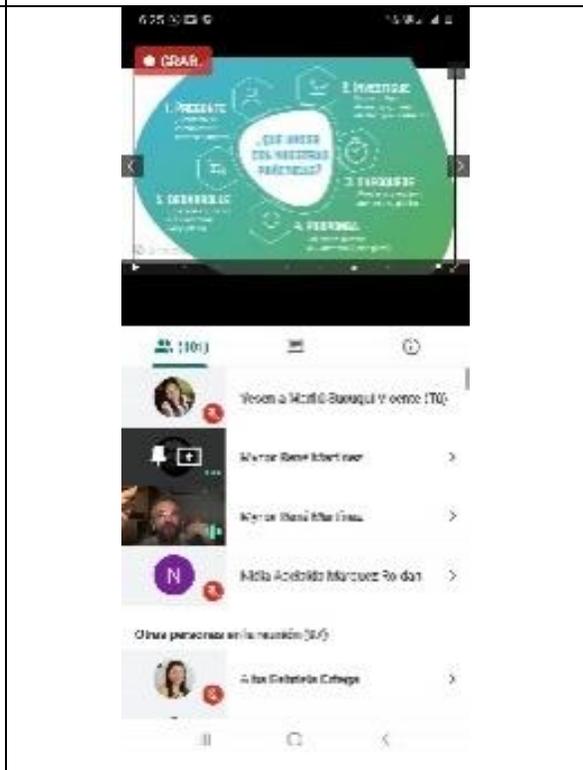
Walter Pérez. "Redacción de objetivos para diagnóstico y estrategia de Comunicación"



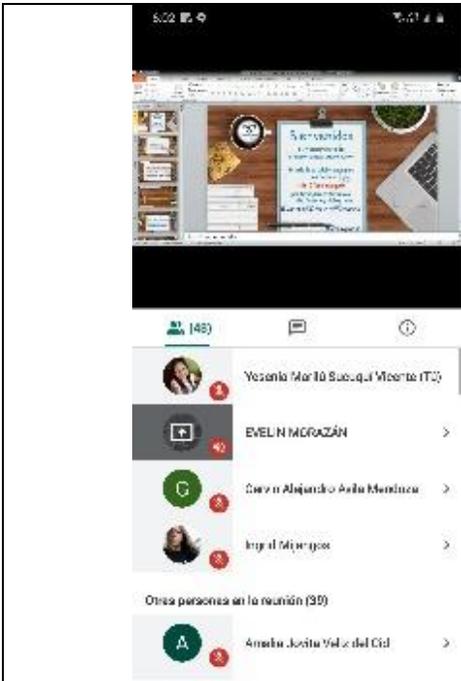
Krista Ramírez "Enfoque Cualitativo y Cuantitativo"



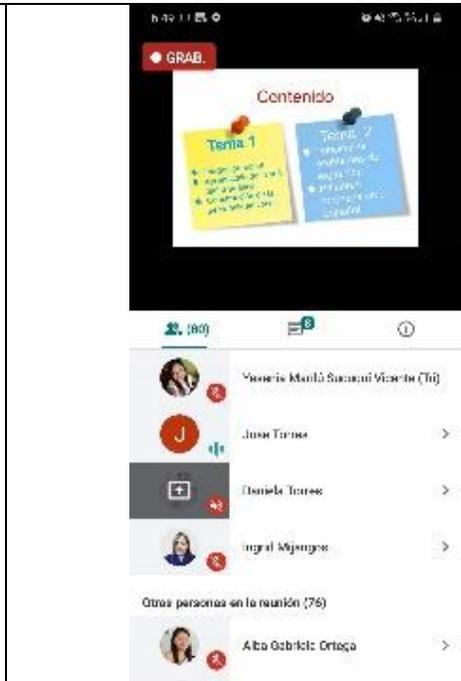
Evelin Hernández "Análisis de recopilación de Datos"



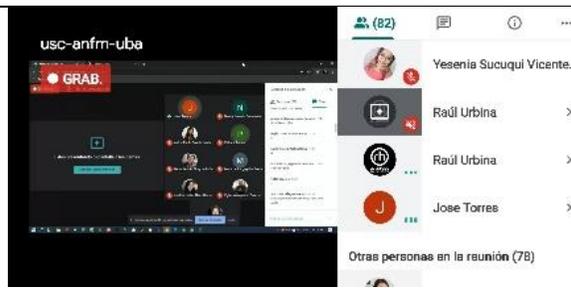
Mynor Martínez "Herramientas digitales para la nueva comunicación"



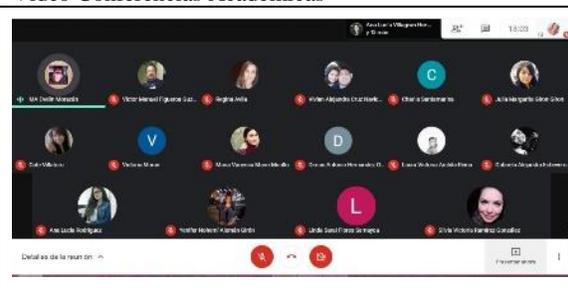
Evelin Morazán "Barreras de la Comunicación"



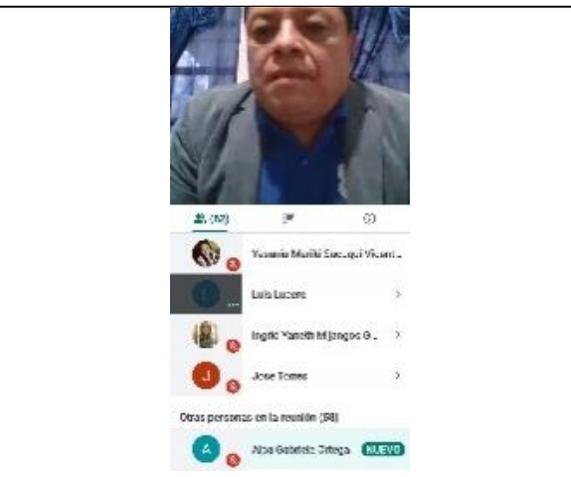
José María Torres "Eficiencia de la Expresión Verbal en Video Conferencias Académicas"



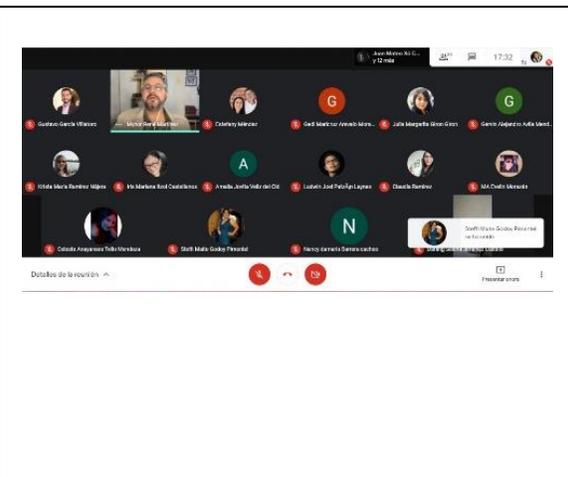
Raúl Urbina "La radio en línea en la Nueva Era Digital"



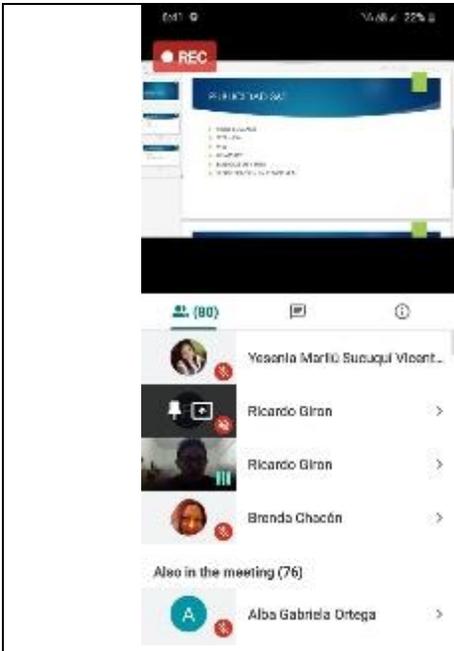
Víctor Figueroa "Salud y seguridad ocupacional"



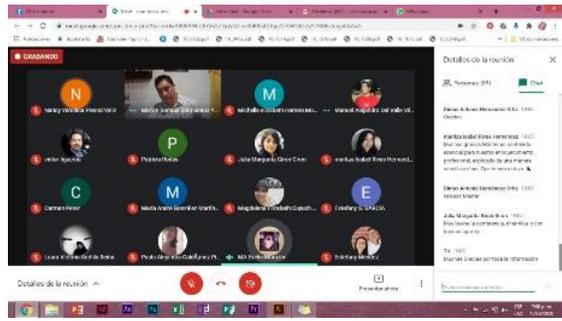
Maynor Amezcua "Desarrollo de plan de comunicación"



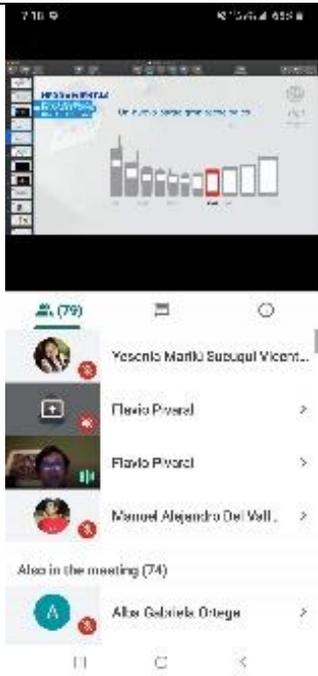
Maynor Martínez "Herramientas digitales para la ejecución del plan de comunicación"



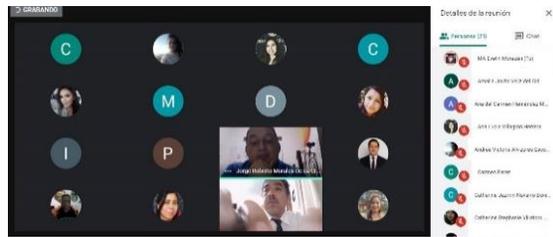
Ricardo Girón “Manejo de herramientas digitales y medios de comunicación en la actualidad”



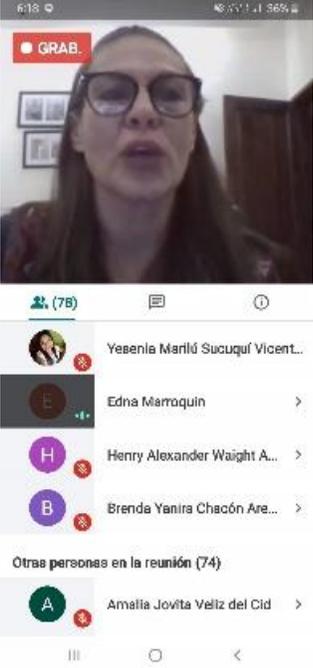
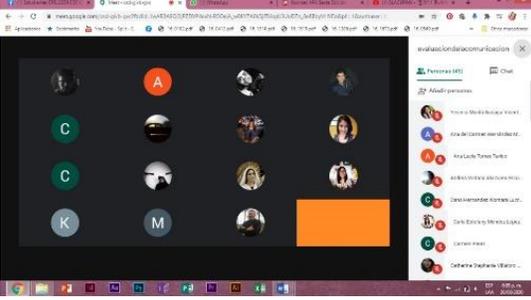
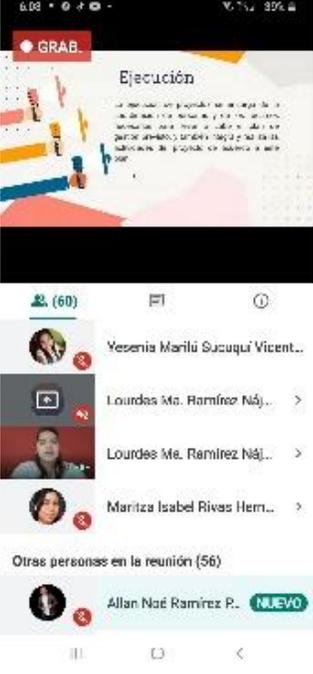
Marvin Sarmiento “Creando contenidos para redes sociales”



Flavio Pivaral “Herramientas para estrategias de comunicación digital efectivas”



Jorge Roberto Morales “El proceso de la estrategia de comunicación desde su concepto hasta la aplicación”

 <p>A screenshot of a Zoom mobile app interface. At the top, a red 'GRAB' button is visible. The main video window shows a woman with glasses speaking. Below the video, there is a list of participants: Yessenia Marilú Sucuquí Vicent..., Edna Marroquin, Henry Alexander Waight A..., Brenda Yanira Chacón Are..., and Amalia Jovita Veliz del Cid. The total number of participants is indicated as (76).</p>	 <p>A screenshot of a Zoom desktop app interface. The main window shows a grid of participants' video thumbnails. On the right side, there is a chat window titled 'evaluacion de la comunicacion' with a list of messages and a 'Chat' button. The Zoom status bar at the bottom shows the time as 12:00:00.</p>
<p>Edna Marroquin “La importancia de la comunicación interna en tiempo de crisis”</p>	<p>Evelin Hernández “¿Cómo evaluar mi proyecto de comunicación”</p>
 <p>A screenshot of a Zoom mobile app interface. The main video window shows a presentation slide titled 'Ejecución' with a colorful background and text. Below the video, there is a list of participants: Yessenia Marilú Sucuquí Vicent..., Lourdes Ma. Ramírez Náj..., Lourdes Ma. Ramírez Náj..., Maritza Isabel Rivas Hem..., and Allan Naé Ramírez P. (marked as 'NUEVO'). The total number of participants is indicated as (60).</p>	
<p>Lourdes Ramirez “Organizar, controlar y concluir”</p>	

viii Productos



Portada y contraportada para manual metodológico.



Imagotipo Voceros y Voceras

Nombre Completo: _____

Edad _____

Género _____

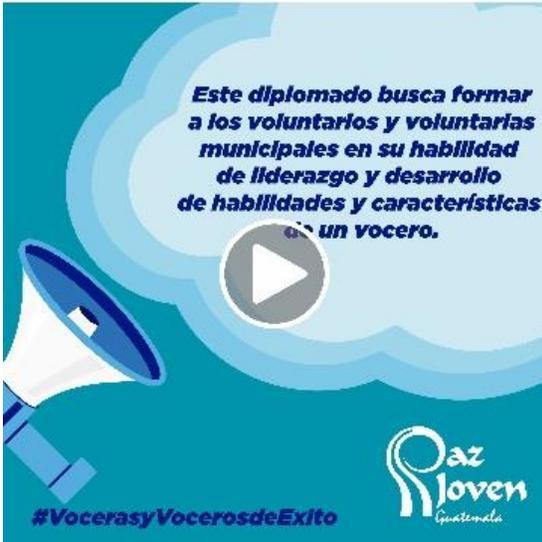
Departamento _____

Municipio _____

Correo Electrónico _____

#VocerasyVocerosdeExito

Ficha de inscripción.



Video para redes sociales



Gif para redes sociales



Publicaciones para redes sociales.



Extiende el presente

DIPLOMA

A: _____

Por haber completado el diplomado Voceros y Voceras de Éxito

Dado en Guatemala, Guatemala

a los ___ días del mes de _____ del 2020

Vo. Bo. _____

Vo. Bo. _____

www.pazjoven.org

10 calle 2-16 zona 1, ciudad de Guatemala.

Diploma de participación.



Mujeres Bloggers
POR LA IGUALDAD



Portada y contraportada para manual metodológico.



Logotipo para *Blog*



Foto de perfil para *Facebook*



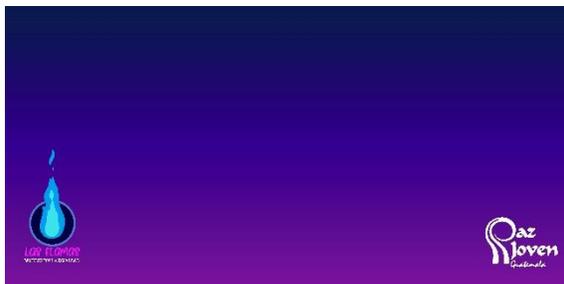
Marco para foto de perfil



Video para redes sociales

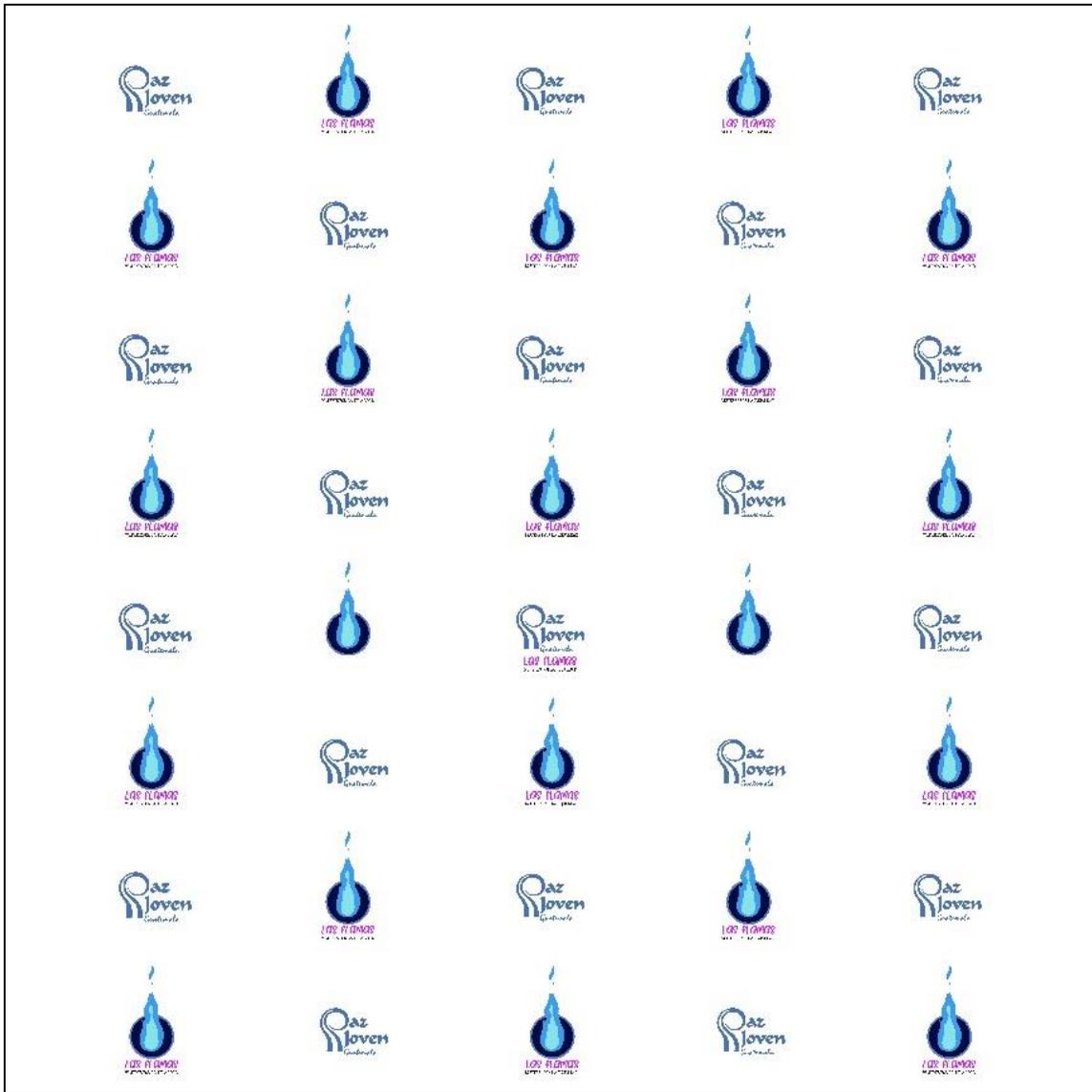


Gif para redes sociales





Publicaciones para redes sociales.



Banner



LAS FLAMAS
MUJERES POR LA IGUALDAD

LAS FLAMAS es una
plataforma de expresión,
en la cual se desarrolla un tema mensual.

Teniendo como base los temas de:
Problemática social
Contexto de mujeres y niñas indígenas
Obstáculos que se atraviesan

Los programas son creados por
mujeres voceras.



Roll Up.



Portada y contraportada para manual de *tips*.



Rotulo tipo *block*

ix Cotizaciones



12 AVENIDA 37-00 ZONA 11, COLONIA LAS CHARCAS
 GUATEMALA, GUATEMALA, 01011
 PBX: (502) 2485-2440 FAX: (502) 2477-0616
 WWW.IDM.COM.GT

PROPUESTA DE INVERSIÓN

FECHA	Guatemala 19 de Julio 2020	COT. No.	A20-317
CLIENTE	PAZ JOVEN	ATENCIÓN	Yesenia Vicente
DIRECCIÓN	CIUDAD		
PROYECTO	ROTULOS VARIOS		

Código	Cantidad	Descripción	Precio / U	Precio Total
	1	Rotulo tipo block Elaborado en PVC de 3mm con relieve de 6cms, pintado con acabado automotriz, de acuerdo a pantones del cliente, Dimensiones: 2mts x 0.56mts precio sin iluminacion Precio con iluminacion	Q 1,960.00 Q 2,464.00	Q 1,960.00 Q 2,464.00
	1	Lona imoressa a full color de acuerdo a diseño del cliente, con ojetes Dimensiones: 1.50mts x 1.50mts	Q 135.00	Q 135.00
	1	Roll up con lona impresa a full color de acuerdo a diseño del cliente. Dimensiones 0.85mts x 2mts	Q 435.00	Q 435.00
<p>FORMA DE PAGO: 80% de Anticipo y 20% Contra Entrega TIEMPO DE ENTREGA: 15 días hábiles DURACIÓN DE LA OFERTA: 10 días PAGOS A NOMBRE DE: GRUPO IDM DE GUATEMALA, S.A. PRECIOS SIN IVA</p>				
<p>CHEQUES A NOMBRE DE GRUPO IDM, DE GUATEMALA S.A. DEPOSITOS A CUENTA MONETARIA DE BANCO BANRURAL EN QUETZALES # 3421098003 DURACIÓN DE LA OFERTA 15 DIAS A PARTIR DE LA FECHA DE LA MISMA. TIEMPO DE ENTREGA A CONVENIR, EMPIEZA A CORRER DESPUES DE FIRMADA LA COTIZACION Y RECIBIDO EL ANTICIPO. FORMA DE PAGO: 80% ANTICIPO Y 20% CONTRA ENTREGA. A MÁS TARDAR 15 DIAS DESPUES DE ENTREGA. NO SE ACEPTAN CAMBIOS DESPUES DE AUTORIZADA LA COTIZACION. NO SE TRAMITAN PERMISOS MUNICIPALES NI APOYO DE PMT O AUTORIDAD COMPETENTE. PRECIO NO INCLUYE CABLEADO ELÉCTRICO HACIA ROTULOS NI HACIA EL LOCAL O COMERCIO. NO SE APLICA GARANTIAS EN SISTEMAS ELÉCTRICOS POR NO SER FABRICANTES DE LOS MISMOS. NO SE APLICAN GARANTIAS EN IMPRESIONES DIGITALES A EXCEPCIÓN QUE SE APLIQUE ALGUNA EN ESTA COTIZACION. LA GARANTIA QUE SEA APLICADA EN ESTA COTIZACION SE PERDE EN CASO DE MANIPULACION DEL PRODUCTO POR PERSONAS AJENAS A NUESTRA EMPRESA.</p>			SUB TOTAL IVA	
			TOTAL	Q -

IMPORTANTE: Los términos y condiciones de la presente oferta se tendrán por aceptados por la persona beneficiaria del bien o servicio, sea natural o jurídica, a quien en lo sucesivo se denominará participat, y en virtud de tales quedarán obligadas las partes a cumplir con lo convenido. La persona física destinataria de la presente oferta, se obliga a informar a los órganos administrativos respectivos y de representación legal de la persona, física o jurídica que representa en esta negociación. La persona beneficiaria, física o jurídica, será responsable del cumplimiento de los términos acordados entre Grupo IDM de Guatemala, S.A. de conformidad a lo estipulado en el artículo 170 del código de comercio, si dentro de los próximos 8 horas de recibida la presente no manifiesta oposición al contenido de la presente, facultando consecuentemente al receptor del presente a contratar por cuenta de la participat, con facultad para obligar al cumplimiento de las condiciones especiales dertm de la presente propuesta. Si después de aceptada esta cotización se desea anular la orden deberá pagar el 10% del monto sub-total arriba indicado. Se cobrara Q100.00 (cien quetzales) por cheque rechazado, Q175.00 por cambio de factura y 5% mensual por mora.

ACEPTADA POR CLIENTE
 NOMBRE, FIRMA Y SELLO

NOMBRE DEL ASESOR COMERCIAL
 IDM



COTIZACIÓN No: **18,528** FECHA: **16/07/2020**
 CLIENTE: **PAZ JOVEN GUATEMALA** CONTACTO: **YESENIA SUCUQUI**
 DIRECCIÓN: **CIUDAD** NIT: **-----**
 EMAIL: **-----** TEL: **-----**
 COTIZACIÓN VALIDA: **POR 15 DÍAS HÁBILES** TIEMPO DE ENTREGA: **02 DÍAS HÁBILES**
 FORMA DE PAGO: **CONTADO / CONTRA ENTREGA** PREPARA POR: **Silvia Chan**

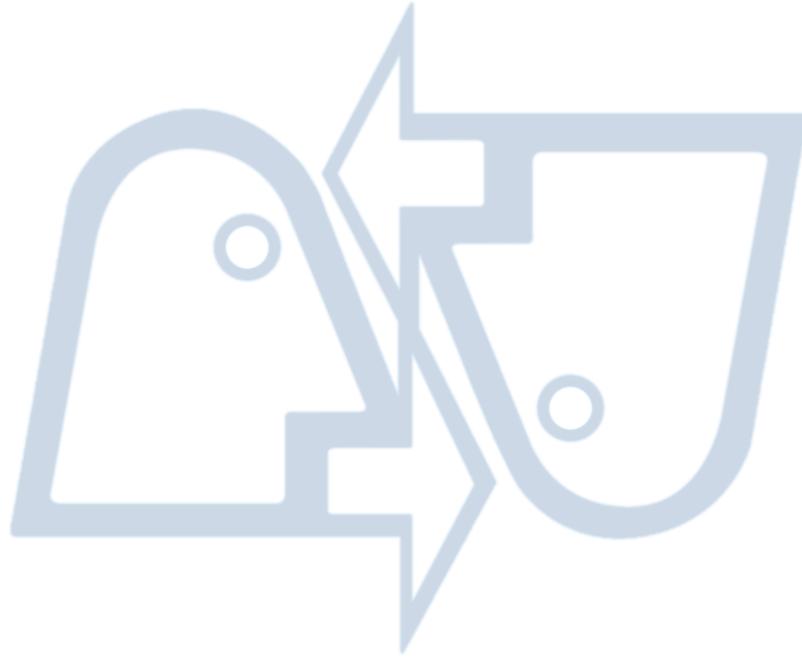
CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
2	Folletos, impresión digital full color. Tamaño media carta de 10 páginas en papel bond. Engrapados por el centro.	Q 55.00	Q 110.00
TOTAL EN LETRAS Ciento diez con 00/100.			Q 110.00

La variación del color del trabajo puede ser +/- 5% Forma de pago: 50% de anticipo y 50% contra entrega
 Una vez firmada la cotización, esta puede ser tomada como orden de compra y el cliente acepta los diseños como artes finales.

NOTA: Si al momento de recibir el material hay cambios de las especificaciones cotizadas, el valor de esta cotización esta sujeta a revisión.

_____ Firma de Aceptado _____ Fecha

☎ 2473-8095 // 4740-6809 ✉ cotizaciones@lastminute.net.gt www.lastminute.net.gt ⓘ



Comunicación
creando futuro