

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



**DIAGNÓSTICO Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA  
EL FORTALECIMIENTO DEL PERSONAL DE CAMPO Y LAS REDES  
SOCIALES INSTITUCIONALES DE LA UNIDAD PARA LA  
PREVENCIÓN COMUNITARIA DE LA VIOLENCIA -UPCV-**

MANLIO ESTUARDO BUONAFINA ZEA

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA, OCTUBRE 2021.

**Universidad de San Carlos de Guatemala**

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ejercicio Profesional Supervisado

**Diagnóstico y Estrategia de Comunicación Interna para el fortalecimiento del personal de campo y las redes sociales institucionales de la Unidad para la Prevención Comunitaria De la Violencia -UPCV-**

Presentado por:

Manlio Estuardo Buonafina Zea

Previo a optar al título de:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Asesora:

M.A. Evelin Hernández

Guatemala, octubre 2021.

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

**Director**

Lic. César Augusto Paiz Fernández

**Consejo Directivo**

**Representantes Docentes**

M.A. Silvia Regina Miranda López

**Representantes Estudiantiles**

José Guillermo Herrera López

Gerardo Iván Porres Bonilla

**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

**Supervisoras**

M.A. Evelin Morazán Gaitán

M.A. Evelin Hernández

Lcda. Krista María Ramírez

Lcda. Brenda Yanira Chacón Arévalo

**Supervisores**

M.A. Marvin Sarmientos Yuman

Lic. Luis Fernando Lucero

Lic. Mynor René Martínez y

Lic. Julio Sebastián Chilín



Guatemala, octubre 15 de 2021

Estudiante de EPS de Licenciatura  
Manlio Estuardo Buonafina Zea  
Carné 9510538  
Presente.


Para su conocimiento y efectos se hace constar que:


Después de evaluar su trabajo académico impreso y de manera virtual, titulado: **“DIAGNÓSTICO Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA EL FORTALECIMIENTO DEL PERSONAL DE CAMPO Y LAS REDES SOCIALES INSTITUCIONALES DE LA UNIDAD PARA LA PREVENCIÓN COMUNITARIA DE LA VIOLENCIA -UPCV-.”** y luego 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 un ejemplar a la institución o empresa, el resto a Coordinación del EPSL, que luego serán entregados a la Biblioteca Central, a Biblioteca de Flavio Herrera, y a Secretaría de la E.C.C.

Sin más que hacer constar:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

  
M.A. Evelin Hernández  
Supervisora

  
M.A. Evelin Morazán  
Supervisora

  
Dr. José María Torres Carrera  
Coordinador





Guatemala 4 de marzo de 2021  
EPSL-C021

Licenciado:  
Luis Pedro Figueroa Pérez  
**Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia**  
Presente.

Distinguido Licenciado Figueroa:

Por medio de la presente se solicita aceptar como practicante del programa de graduación del EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, al estudiante **Manlio Estuardo Buonafina Zea**, carné no. **9510538** quién manifestó su deseo de hacer Práctica Supervisada en su institución, para el efecto se requiere lo siguiente:

- Extenderle, por favor una carta de aceptación y trabajar por medios electrónicos, plataformas virtuales, presencial, semipresencial, híbrida, o como su institución lo determine.
- Facilitarle los materiales para hacer su práctica.
- Aceptar dentro del Plan y Estrategia de Comunicación del 2021 de su institución, que el estudiante tenga la oportunidad de hacer un diagnóstico con medios electrónicos o plataformas virtuales, elaborar un plan y ejecutar una estrategia, que contribuya al mejoramiento del 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](http://www.comunicacion.usac.edu.gt)

(502) 2418-8920



Guatemala, 15 de marzo de 2021  
OFICIO No. UPCV/OC/0145-2021/LPFP/yh

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

Estimado Dr. Torres Carrera:

A usted me dirijo, por medio de la presente, para hacer de su conocimiento que hemos autorizado al estudiante: Manlio Estuardo Buonafina Zea, con número de carné 9510538, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala para el desarrollo del Ejercicio Profesional Supervisado correspondiente a la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, en esta institución "Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia" y nos adaptaremos a las políticas de distanciamiento y protocolos sanitarios de su instancia académica.

Asimismo, aceptamos que cumpla con el periodo de práctica comprendido del 15 de marzo al 30 de agosto del 2021.

Deferentemente



Lic. Luis Peón Figueroa Pérez  
Jefe Departamento de Organización Comunitaria  
Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia

C.c. Organización Comunitaria

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

## DEDICATORIA

- Al Arquitecto del Universo: Por permitirme culminar este ciclo, lleno de conocimientos, experiencias, agradecimientos, deseos de conocer más y el compromiso por dejar este mundo mejor de como lo encontré.
- A mis padres: Por ser ejemplos de perseverancia y dedicación; por su apoyo en todo momento. Gracias eternas por la vida que me regalaron. María del Carmen y Julio César, este triunfo es suyo también.
- A mi esposa: Por ser un pilar en mi vida, apoyo en todo momento y mi compañera de vuelo para siempre y por siempre. Infinitas gracias Fabiola. Te amo.
- A mis hijos: Inspiración total para culminar esta etapa. Miguelángel y Elías, gracias por ser mi motivación cuando sentía que no podía.
- A mis hermanos y hermanas: Por enseñarme que se puede, con su ejemplo y tenacidad. Julio César, Juan Carlos, Ana del Carmen y Leslie Mariela.
- A mis abuelitos, abuelitas, tíos, tías, primos y primas: Por ser esa compañía agradable durante esta eterna niñez. Especialmente a Armando, Goyita y Bernarda.
- A mi familia política: Por acompañarme y apoyarme en este y en todos los momentos que la vida nos ha permitido.
- Especialmente a la Mishita: Porque esta etapa la hubiéramos recorrido juntos, pero te tocó una graduación eterna. Diana Marissa, gracias por todo y por tanto.



## **AGRADECIMIENTOS**

Al Arquitecto del Universo, el *Ajaw*, porque permitió que sobreviviera al COVID-19 y poder culminar el Ejercicio Profesional Supervisado con salud. Gracias infinitas a todas las personas que me apoyaron en ese proceso, económica, moral y espiritualmente.

Gracias al cuerpo de profesionales de la medicina y enfermería del hospital temporal del Parque de la Industria, quienes me atendieron profesionalmente durante la crisis.

A la gloriosa y tricentenaria Universidad de San Carlos de Guatemala, por ser la cuna del saber científico. Especialmente, agradezco a la Dirección, Coordinación del EPS y a los y las docentes que compartieron sus conocimientos en mi querida Escuela de Ciencias de la Comunicación.

A la Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia, UPCV, por haber confiado en mí y permitirme realizar mi EPS. Especialmente al Coordinador General, al Jefe del Departamento de Organización Comunitaria para la Prevención y a la Encargada de la Sección de Comunicación Social.

A mi esposa Fabiola, porque has sido mi apoyo y compañía incansable en todos los momentos trascendentales de mi vida. Gracias por todo tu amor y cuidados de siempre, especialmente durante el COVID-19.

A mi familia completa, porque con cada palabra me motivaron e inspiraron a seguir.

A mi patria, Guatemala, por ser donde se originó el conocimiento ancestral, ser la eterna y bella primavera y el corazón de la civilización maya.

Gracias a la Vida, porque me ha permitido, me permite y me permitirá Amar, Ser, Sentir y Saber.



## Índice

Índice de figuras .....	i
Índice de tablas .....	i
Introducción.....	iii
Antecedentes.....	v
Justificación.....	vii
Capítulo 1 .....	1
1. Diagnóstico de comunicación.....	1
1.1 La institución: .....	1
1.2 Perfil institucional: .....	1
1.3 Ubicación geográfica:.....	2
1.4 Integración y alianzas estratégicas: .....	2
1.5 Origen e historia: .....	3
1.6 Departamentos o dependencias de la institución:.....	4
1.7 Organigrama de la institución: .....	11
1.8 Misión:.....	12
1.9 Visión: .....	12
1.10 Objetivos institucionales: .....	12
1.11 Público objetivo:.....	12
1.12 Diagnóstico .....	13
1.13 Objetivo general: .....	14
1.13.1 Objetivos específicos:.....	14
1.14 Tipos de investigación:.....	15
1.15 Enfoque: .....	16
1.15.1 Enfoque cuantitativo:.....	17
1.15.2 Enfoque cualitativo:.....	18
1.15.3 Enfoque mixto: .....	18
1.16 Técnicas de recolección de datos: .....	19
1.17 Interpretación de resultados:.....	25
1.18 FODA: .....	40



1.19 Problemas detectados: .....	42
1.20 Planteamiento del problema comunicacional: .....	44
1.21 Indicadores de éxito: .....	45
1.22 Proyecto a desarrollar: .....	46
Capítulo 2 .....	47
2. Plan Estratégico de Comunicación .....	47
2.1. Descripción técnica del Plan Estratégico de Comunicación: .....	47
2.2. Misión del plan estratégico de comunicación: .....	49
2.3. Visión del plan estratégico de comunicación: .....	49
2.4.1 Comunicación organizacional .....	50
2.4.1.1 Comunicación Interna: .....	50
2.4.1.2 Comunicación externa: .....	51
2.4.2 El ciclo de la comunicación: .....	51
2.5. Alcances y límites de la estrategia .....	54
2.5.1 Alcances .....	54
2.5.2 Limitaciones .....	55
2.6 Metodología para la aplicación de la estrategia comunicacional: .....	56
2.6.1 Objetivo general y específicos .....	56
2.6.1.1 Objetivo General: .....	56
2.6.1.2 Objetivos específicos: .....	56
2.6.2. Acciones para conseguir los objetivos .....	57
2.6.3 Los indicadores para medir su cumplimiento .....	57
2.6.5 Actividades para la operatividad de la estrategia: .....	59
2.6.5.1 Talleres sobre aspectos comunicacionales: .....	60
2.6.5.2 Identificación con los valores institucionales: .....	60
2.6.5.3 Estrategia de manejo de redes sociales institucionales: .....	61
2.7 Financiamiento: .....	61
2.8 Presupuesto: .....	62
2.9 Beneficiarios .....	63
2.10 Recursos humanos .....	64



2.11 Área geográfica de acción: .....	68
2.12 Cuadro comparativo de la estrategia: .....	69
2.13 Cronograma del plan de comunicación .....	71
Capítulo 3 .....	72
Ejecución de la estrategia .....	72
3. Informe de la ejecución .....	72
3.1 Taller participativo sobre redacción descriptiva:.....	72
3.1.1 Objetivo de la actividad.....	73
3.1.2 Medio utilizado.....	73
3.1.3 Área geográfica de impacto.....	73
3.1.4 Presupuesto invertido en esta acción:.....	73
3.1.5 Medios de verificación: .....	74
3.2 Taller participativo sobre fotografía institucional: .....	75
3.2.1 Objetivo de la actividad.....	75
3.2.2 Medio utilizado.....	76
3.2.3 Área geográfica de impacto.....	76
3.2.4 Presupuesto invertido en esta acción: .....	76
3.2.5 Medios de verificación: .....	76
3.3 Taller participativo sobre comunicación organizacional e imagen institucional .....	77
3.3.1 Objetivo de la actividad.....	77
3.3.2 Medio utilizado.....	77
3.3.3 Área geográfica de impacto.....	77
3.3.4 Presupuesto invertido en esta acción: .....	78
3.3.5 Medios de verificación: .....	78
3.4 Incorporación de la filosofía institucional en las actividades de formación.....	78
3.4.1 Objetivo de la actividad.....	79
3.4.2 Medio utilizado.....	79
3.4.3 Área geográfica de impacto.....	79
3.4.4 Presupuesto invertido en esta acción:.....	80
3.4.5 Medios de verificación: .....	80



3.5 Elaboración de estrategia para el manejo de las redes sociales institucionales.....	80
3.5.1 Objetivo de la actividad.....	80
3.5.2 Medio utilizado.....	81
3.5.3 Área geográfica de impacto.....	81
3.5.4 Presupuesto invertido en esta acción:.....	81
3.5.5 Medios de verificación:.....	81
3.6 Actividad y calendarización.....	82
3.7 Conclusiones.....	84
3.8 Recomendaciones.....	85
Referencias.....	86
Bibliografía.....	86
E-grafía.....	88
Anexos.....	89
Anexo No. 1 Cuestionario de la encuesta <i>on line</i> .....	89
Anexo No. 2 Guía de la entrevista estructurada.....	91
Anexo No. 3. Fichas de contenidos de talleres participativos.....	93
Anexo No. 4 Listados de taller participativo “Redacción Descriptiva”.....	96



## Índice de figuras

Figura 1 Organigrama de la institución .....	11
Figura 2 Gráfica pregunta No. 1 .....	26
Figura 3 Gráfica pregunta No. 2.....	27
Figura 4 Gráfica pregunta No. 3.....	28
Figura 5 Gráfica pregunta No. 4.....	29
Figura 6 Gráfica pregunta No. 5.....	30
Figura 7 Gráfica pregunta No. 6.....	31
Figura 8 Gráfica pregunta No. 8.....	33
Figura 9 Gráfica pregunta No. 9.....	34
Figura 10 Gráfica pregunta No. 10.....	35
Figura 11 Gráfica pregunta No. 11.....	36
Figura 12 Gráfica pregunta No. 13.....	38
Figura 13 Gráfica pregunta No. 14.....	39
Figura 14 Listado No. 1, Taller Redacción Descriptiva.....	96
Figura 15 Listado No. 2, Taller Redacción Descriptiva.....	96
Figura 16 Listado No. 3, Taller Redacción Descriptiva.....	97
Figura 17 Listado No. 4, Taller Redacción Descriptiva.....	97

## Índice de tablas

Tabla 1. FODA. ....	40
Tabla 2. Propuesta 1. ....	60
Tabla 3. Propuesta 2. ....	60
Tabla 4. Propuesta 3. ....	61
Tabla 5. Presupuesto detallado. ....	62
Tabla 6. Puesto Jefe de Departamento.....	64
Tabla 7. Puesto de Delegado (a) Metropolitano. ....	65
Tabla 8. Puesto de Delegado (a) Departamental. ....	65
Tabla 9. Puesto Asesora de Género y Multiculturalidad. ....	66
Tabla 10. Puesto Encargada Sección de Comunicación Social.....	67



Tabla 11. Puesto Epesista de la ECC.....	67
Tabla 12. Cuadro comparativo de la Estrategia.....	69
Tabla 13. Cronograma del Plan de Comunicación. ....	71
Tabla 14. Calendarización establecida del EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.....	82



## Introducción

La comunicación de una organización es un elemento que debe ser considerado de alta importancia, en virtud de que de ella depende en gran medida la imagen que el público externo se haga de la misma. Además, también hace que los que forman parte de ella se sientan altamente identificados con la institución y, lo más relevante, que se conviertan en entes divulgadores de la información institucional.

Para efectos de esta investigación diagnóstica y el respectivo Plan Estratégico de Comunicación, se desarrolló un proceso de estudio en la Unidad Especial de Ejecución del Ministerio de Gobernación, denominada Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia, reconocida por sus siglas como UPCV. Esta institución cuenta con departamentos y secciones internas, las que ejecutan el trabajo que se le ha asignado por mandato.

Entre los distintos departamentos internos, se conoce que existen las denominadas “Áreas Sustantivas”, los cuales son los que tienen la tarea de ejecutar acciones de prevención de la violencia, enfocadas a mejorar las condiciones de vida de los grupos vulnerables: niñez, adolescencia, juventud, mujer y adulto mayor. Además, de facilitar la organización comunitaria, escolar, juvenil y de grupos de mujeres, todo esto tomando en cuenta la pertenencia cultural.

Para efectos de este estudio, se ha delimitado el análisis de la comunicación interna del Departamento de Organización Comunitaria para la Prevención, específicamente las secciones de Organización Metropolitana, Organización Departamental y Género y Multiculturalidad. Estas secciones tienen como su principal acción el construir alianzas estratégicas en el territorio nacional, tomando en cuenta las autoridades departamentales, municipales y comunitarias.

Además, es imprescindible que el personal que presta sus servicios en estas tres secciones conozca y se apropie de la filosofía institucional, que sustentará sus acciones, gestiones y





asesorías. Esta filosofía incluye la misión, la visión, los valores institucionales y los mandatos establecidos en el acuerdo ministerial de creación y sus modificaciones.

Ante esta situación, se propone en el plan estratégico de comunicación una serie de talleres participativos de formación o actualización en comunicación social e institucional, con lo que se podrá resolver las deficiencias detectadas. Además, se fortalecerá a la Sección de Comunicación Social de la institución, elaborando una estrategia para el manejo de las redes sociales institucionales.



## Antecedentes

La UPCV es la institución encargada de velar por el cumplimiento de la Política Nacional de Prevención de la Violencia y el Delito, Seguridad Ciudadana y Convivencia Pacífica 2014-2034, además, de generar las alianzas interinstitucionales para que se implementen las líneas de acción que se incluyeron en la misma. Para ello, es importante tomar en cuenta que dicha política tiene considerado un Eje de Comunicación que facilita las líneas generales y estratégicas de trabajo en la materia.

En el documento se considera como un eje transversal a la comunicación, pues permitirá alcanzar los resultados esperados en cuanto a su difusión e implementación. Además, se plantea como un aspecto importante el que las acciones comunicacionales sean desarrolladas de forma sistemática, integral y clara. Para ello, deberá estructurar mecanismos de comunicación estratégica.

Asimismo, el Modelo de Abordaje de la UPCV, plantea que la Sección de Comunicación Social es la encargada de comunicar e informar mediante el uso de los medios masivos o alternativos, los temas concernientes a la institución, así como las tendencias internacionales o nacionales en materia de prevención de la violencia y el delito; las actividades en materia de prevención que se desarrollen y sus resultados. Sugiere que se realice un monitoreo de medios de comunicación para obtener información importante para la toma de decisiones.

Como parte de los estudios e investigaciones anteriores que se han realizado en torno a la Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia, se debe mencionar a la tesis elaborada por el Lic. Carlos Quilo Ebert, quien abordó el tema de la “percepción de inseguridad, el temor de las personas a ser víctimas de violencias, delitos y su relación con la calidad de vida. En el marco de la muestra fueron seleccionados todos aquellos sujetos que residan en (...) Santo Domingo Xenacoj” (Quilo, 2016, p. 1).

Según el documento, “la población objetivo de la investigación está constituida por 50 hombres y mujeres mayores de 18 años. Se realizó un muestreo intencional donde los sujetos de la muestra



son seleccionados con base en criterios o juicios preestablecidos” (Quilo, 2016, p. 1). En ese contexto, el proceso de la recolección de la información, así como el análisis y procesamiento de la misma, con el fin de elaborar el diagnóstico del municipio, fue respaldado con la metodología participativa de la UPCV, denominada Modelo de Abordaje.

La tesis para obtener el grado de Licenciado en Psicología se llamó “Victimización, percepción de inseguridad y calidad de vida en los pobladores de Santo Domingo Xenacoj”. Para la elaboración de esta, se tuvo la coordinación directa con el personal de campo (delegados) de la UPCV, en virtud de que son ellos los que mantienen el contacto directo con los gobiernos municipales, las alcaldías comunitarias y los líderes de cada una de las comunidades que se intervienen.



## Justificación

La presente investigación se sustenta en el fortalecimiento de las acciones de comunicación para la UPCV, considerando la importancia de que se dé a conocer, tanto el contenido de la PONAPRE, como las acciones que la unidad realiza, desde el ámbito de su competencia, incidiendo en los territorios priorizados y obteniendo resultados a corto, mediano y largo plazo.

Analizando el contexto nacional, se hace necesario fomentar la imagen de la Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia, como la entidad responsable de diseñar y aplicar planes, programas y proyectos de prevención de la violencia en el territorio nacional, con el fin de que la población la conozca y sepa su mandato, así como se involucre en las acciones enfocadas en mejorar las condiciones sociales y la calidad de vida de los habitantes de determinados territorios.

Uno de los aspectos que se pretende mejorar con la presente investigación y puesta en marcha de la estrategia de comunicación es la producción de material de comunicación que elaboran los delegados y delegadas, actuando como personal de campo de la institución; quienes diariamente están en constantes actividades que se enmarcan en el mandato institucional. Además, ese material que ellos y ellas producen es el contenido que sustenta las redes sociales institucionales.

De ello es que surge la necesidad de mejorar las capacidades del recurso humano que hace labores de campo, en virtud de que son quienes desarrollan las actividades y las comparten a la Sección de Comunicación Social en donde seleccionan, depuran y editan la información, compuesta por texto y fotografía, que va a ser publicada en las plataformas *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* y *YouTube*.

Al abordar los aspectos formativos del recurso humano operativo, así como elaborar una estrategia de uso de redes sociales institucionales, juntamente con el personal de la sección encargada de la comunicación institucional, se estarían fortaleciendo aspectos internos de la institución en los que se detectó debilidades comunicacionales. Esto a su vez, estará mejorando la



imagen de la institución, ya que se estará procurando mayor calidad en las publicaciones y también prontitud.

El presente documento servirá a los futuros profesionales de la comunicación y a otras instituciones públicas de Guatemala, en virtud de que constituye un estudio científico que refleja las características internas de una institución estatal, con el fin de propiciar la mejora de sus procesos comunicacionales, así como las propuestas de formación o actualización en temas de comunicación social a su recurso humano.



## Capítulo 1

### 1. Diagnóstico de comunicación

#### 1.1 La Institución:

Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia.

#### 1.2 Perfil Institucional:

La Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia como Unidad Especial de Ejecución, tendrá por objeto el desarrollo y aplicaciones de planes, programas o proyectos de prevención comunitaria de la violencia, dentro de las políticas de seguridad pública establecidas por el Ministerio de Gobernación, específicamente por el Tercer Viceministerio.

Tiene como fin organizar y desarrollar la participación civil en los niveles comunitario, municipal y departamental. Con ello se pretende la búsqueda de una cultura de prevención por convicción generando alertas tempranas y cultura de denuncia. Su trabajo tiene un enfoque meramente departamental, municipal y comunitario. Para ello, hace uso del Modelo Ecológico de la Organización Mundial de la Salud para entender el origen de la Violencia.

Además, es la institución encargada de velar por la implementación de la “Política Nacional de Prevención de la Violencia y el Delito, Seguridad Ciudadana y Convivencia Pacífica 2014-2034”, así como la “Estrategia Nacional de Prevención de la Violencia y el Delito 2017-2027”, las cuales definen las líneas de acción, ejes de trabajo y temas transversales para el debido cumplimiento de su mandato.

Su metodología de intervención se encuentra contenida en el Modelo de Abordaje de la UPCV, en el cual se definen líneas generales para que el personal de la institución cuente con un camino sugerido para abordar los territorios, de manera participativa y diferenciada. Es importante



destacar que para que se cuente con la garantía de la participación ciudadana, se debe conocer y cumplir con lo que establecen las leyes de la materia.

Por un lado, la Constitución Política de la República de Guatemala; además, el decreto 52-2005, “Ley Marco de los Acuerdos de Paz”; el decreto 11-2002, “Ley de los Consejos de Desarrollo Urbano y Rural”, que establece los niveles de organización a nivel nacional; el decreto 12-2002, “Código Municipal”, y el decreto 14-2002, “Ley General de Descentralización.

### 1.3 Ubicación geográfica:

Las oficinas centrales de la UPCV están ubicadas en la Vía 4, 1-61 zona 4, Edificio “Pasaje Gabriela”, ciudad de Guatemala. Además, cuenta con delegados y delegadas departamentales que prestan sus servicios en los 22 departamentos del país.

### 1.4 Integración y alianzas estratégicas:

Además de ser una Unidad Ejecutora del Ministerio de Gobernación, y por ello recibir fondos públicos, también recibe apoyo técnico y financiero de algunas instancias de cooperación nacional e internacional; esto a través de la suscripción de documentos legales que respaldan tales procedimientos, así como describen el alcance de la cooperación interinstitucional. Al decir apoyo técnico, se puede mencionar el fortalecimiento de capacidades del personal, entre otros factores.

Actualmente, mantiene relaciones de cooperación bilaterales a nivel internacional con la Agencia Internacional para el Desarrollo (USAID, por sus siglas en inglés); la Agencia de Cooperación Alemana (GIZ, por sus siglas en alemán); la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID); entre otros. Además, a nivel nacional, mantiene relaciones de cooperación con Fundación Carlos F. Novella y con varias instituciones gubernamentales.



## 1.5 Origen e historia:

Inicialmente, la institución fue creada como “Comisión Nacional para la Prevención de la Violencia y la Promoción de Valores de Convivencia” (CONAPREPI), con dependencia jerárquica de la Vicepresidencia de la República de Guatemala, durante el periodo presidencial 2004-2008. No duró mucho tiempo dependiendo de la Vicepresidencia, ya que, por sus funciones en materia de prevención de la violencia y el delito, se pensó en la instancia del Ministerio de Gobernación.

Posteriormente, por medio del Acuerdo Ministerial número 1,954-2005 se creó la “Dirección General de Prevención Comunitaria del Delito” como parte integrante del Viceministerio de Apoyo Comunitario (hoy denominado de Prevención de la Violencia y el Delito), asignándole como funciones la ejecución de los lineamientos políticos de tal Viceministerio sobre la prevención de la violencia y del delito, organización y relación comunitaria con énfasis en la seguridad ciudadana.

La UPCV como tal, fue creada el 20 de febrero del año 2008, mediante Acuerdo Ministerial número 542-2008, del Ministerio de Gobernación, con la finalidad de contar con un ente gubernamental especializado en el tema de prevención de la violencia. Dicho acuerdo fue prorrogado por el Acuerdo Ministerial número 95-2013, de fecha 19 de febrero de 2013 y por el acuerdo número 06-2018.

En el acuerdo número 542-2008 se definieron el objeto de la institución y sus funciones. Asimismo, en el acuerdo número 95-2013 se define su estructura organizativa actual. Es por medio del acuerdo número 06-2018 que a la UPCV se le extiende la vigencia hasta el mes de febrero del año 2023.





## 1.6 Departamentos o dependencias de la institución:

Para su funcionamiento, según el acuerdo ministerial 95-2013, se estableció que la estructura para el cumplimiento de su mandato estaría encabezada por una Coordinación General, Asesoría Jurídica y Supervisión General, así como seis departamentos internos, con sus respectivas secciones. A continuación, se definirá cada uno de los mismos con sus secciones, según el Manual de Organización y Funciones de la UPCV (Ministerio de Gobernación, 2019).

**1.6.1 Coordinación General:** Es la encargada de asistir al Tercer Viceministerio de Gobernación, en el estudio, análisis, identificación, implementación, coordinación, ejecución, seguimiento y evaluación de las políticas de prevención de la violencia y el delito; y en la definición de procedimientos y actividades de naturaleza administrativa, financiera, recurso humano, análisis y planificación que rijan el funcionamiento de la Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia.

**1.6.1.1 Sección de Supervisión:** Es la sección encargada de verificar el cumplimiento de las instrucciones, políticas, estrategias, programas, proyectos, normas y procedimientos de la Unidad para la Prevención de la Violencia, el cumplimiento de las funciones de las unidades, atribuciones del personal y verificación de la aplicación de la política disciplinaria, así como brindar asesoría a la coordinación de la Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia.

**1.6.1.2 Sección de Asesoría Jurídica:** Es la sección encargada de planificar, organizar, dirigir, supervisar, ejecutar y evaluar los procedimientos y actividades relacionadas con la asesoría jurídica a la Coordinación General y demás departamentos que la integran de la Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia.

**1.6.2 Departamento Administrativo Financiero:** Es el departamento encargado de administrar y controlar los recursos asignados a la Unidad de la Prevención Comunitaria de la Violencia, aplicando las normas que se dicten en esa materia, asimismo, planificar, programar, organizar, dirigir, coordinar y controlar el desarrollo y cumplimiento de procesos administrativos y



financieros, y dar cumplimiento a las normas y leyes que rigen la Administración Financiera Gubernamental.

1.6.2.1 Sección de Presupuesto: Es la sección encargada de planificar, formular, organizar, dirigir, supervisar, ejecutar y evaluar los procedimientos y actividades relacionadas con la programación y evaluación presupuestaria de la Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia, así como de llevar control y registros de la información generada en el Sistema de Gestión (SIGES) y el Sistema de Contabilidad Integrada (SICOIN) de las asignaciones presupuestarias de la unidad en cada ejercicio fiscal.

1.6.2.2 Sección de Tesorería y Compras: Es la Sección responsable de administrar de buena forma el fondo rotativo, así como el pago de impuestos y retenciones de la Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia y de gestionar las compras a través de Licitación Pública y Cotización Pública por compra directa o contrato abierto (materiales, suministros, insumos, mobiliario y equipo) y la liquidación de los mismos.

1.6.2.3 Sección de Contabilidad: Es la sección encargada de planificar, organizar, dirigir, supervisar, ejecutar, registrar y evaluar todos los registros incluidos en el Sistema de Contabilidad Integrada (SICOIN WEB) de la ejecución presupuestaria,

1.6.2.4 Sección de Almacén e Inventario: Es el responsable de controlar de forma efectiva, el sistema de inventarios y administrar el Almacén de la Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia y los departamentos que la integran, haciendo los registros, actualizaciones, recepción y entregas que correspondan.

1.6.2.5 Sección de Apoyo Logístico: Es la Sección encargada de velar que los procesos relacionados con el apoyo logístico, se ejecuten con la mayor eficiencia y eficacia, para que los productos y servicios lleguen al personal en la cantidad, calidad y tiempos requeridos.



1.6.2.6 Sección de Recursos Humanos: Es la Sección encargada de planificar, organizar, dirigir, supervisar, ejecutar y evaluar los procedimientos y actividades relacionadas con los procesos de contratación de personal por prestación de servicios técnicos y/o profesionales, regulados por la Ley de Contrataciones del Estado y realizar las gestiones administrativas relacionadas con los mismos.

1.6.3 Departamento de Análisis e Investigación Socio-delictual: Es el Departamento encargado de estudiar, analizar e interpretar la información recabada por los Departamentos de la Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia, con el objeto de compilarla, analizarla y publicarla mediante la elaboración de estudios, diagnósticos, investigaciones sociales y mapas temáticos, entre otros instrumentos; estos servirán de apoyo a la Unidad en la planificación y toma de decisiones; así como en la formulación de planes, programas, proyectos y políticas de seguridad ciudadana.

1.6.3.1 Sección de Investigación y Monitoreo: Es la Sección encargada de realizar el seguimiento sistemático a la implementación de los planes, programas, proyectos y políticas de seguridad ciudadana; mediante la recopilación de datos e información, que puedan orientar al análisis y medición de la eficacia de los mismos, definiendo indicadores de gestión, resultado e impacto de las intervenciones, que orienten para la toma de decisiones a la Coordinación General de la Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia.

1.6.3.2 Sección de Análisis y Estadística: Es la Sección encargada de analizar, evaluar, estimar y documentar el grado de eficacia de las iniciativas planteadas por la Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia, a través del diseño y elaboración de indicadores de percepción e impacto social-comunitario, dentro de la ejecución de los planes, programas, proyectos y políticas públicas de seguridad ciudadana.

1.6.3.3 Sección de Estudios Socio-Delictuales: Es la Sección encargada de procesar y analizar de manera sistemática e integral los aspectos sociales, situacionales y comunitarios de un territorio específico, así como las estadísticas referentes a la incidencia delictiva acumulada, a nivel de



país, departamentos, municipios, comunidades en zonas o situaciones concretas (situación socio-delictual); a fin de generar información significativa que permita disminuir, detener o prevenir la violencia, mediante el diseño y formulación de planes, programas, proyectos y políticas de seguridad ciudadana.

1.6.3.4 Sección de Cartografía e Información Geográfica: Es la Sección encargada de elaborar y generar mapas de temas geográficos orientados a la identificación, análisis y representación de patrones, comportamientos o tendencias delictivas, basados en estadísticas derivadas de la información recopilada por los departamentos de la Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia.

1.6.4 Departamento de Organización Comunitaria para la Prevención: Es el Departamento encargado de planificar, supervisar, coordinar y ejecutar en forma coordinada con la sociedad civil organizada, gobierno local e iniciativa privada; planes, políticas, programas, proyectos y estrategias locales, en el marco de la seguridad ciudadana y la prevención de la violencia, así como darle seguimiento al monitoreo y evaluación de los mismos, con el propósito de consolidar una cultura de paz y participación ciudadana.

1.6.4.1 Sección de Organización Metropolitana: Es la encargada de asesorar, organizar, dirigir, monitorear, supervisar y evaluar en forma coordinada con la sociedad civil, gobierno local, iniciativa privada e instituciones de gobierno, la implementación de las estrategias políticas planes de seguridad ciudadana y prevención de la violencia en el departamento de Guatemala.

1.6.4.2 Sección de Organización Departamental: Es la encargada de asesorar, organizar, dirigir, monitorear, supervisar y evaluar en forma coordinada con la sociedad civil, gobierno local, iniciativa privada e instituciones de gobierno que operan en los diferentes municipios, zonas, barrios y/o cantones que conforman los departamentos de la República de Guatemala, en la implementación de los tres niveles de prevención de seguridad ciudadana y prevención comunitaria de la violencia.



1.6.4.3 Sección de Género y Multiculturalidad: Es la Sección encargada de coordinar e implementar medidas estratégicas coordinadas y articuladas interinstitucionalmente, a efecto de garantizar el ejercicio del derecho de las mujeres a vivir libres de violencia, reduciendo los efectos y atención a sus causas, desde una perspectiva integral de género y multiculturalidad, provocando la transformación de las diferencias existentes, en oportunidades con un sentido igualitario.

1.6.4.4 Sección de Prevención Post-Penitenciaria: Es la Sección encargada de la prevención terciaria. Se ocupa de diseñar e implementar planes, programas, proyectos y/o estrategias que orientan a la reinserción social de los ex privados de libertad para lograr integrarlos a la vida social y económica del país, brindando apoyo integral a través de un grupo multidisciplinario (psicología, pedagogía, trabajo social, seguridad integral entre otros) de acuerdo a la ejecución según sus particularidades. Las acciones propuestas por la sección son ejecutadas de acuerdo a los ejes estratégicos, como pilares para el funcionamiento de acuerdo a la especificidad de cada plan, proyecto y/o estrategia a desarrollar.

1.6.5 Departamento de Capacitación y Desarrollo Institucional: Es el Departamento encargado de elaborar e implementar programas, talleres, diplomados y eventos formativos especializados, dirigidos a miembros de las Comisiones de Prevención de la Violencia, Juntas de Participación Juvenil, Mujeres, maestros, padres de familia y personal de la Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia, para que repliquen los procesos de enseñanza aprendizaje, a la población civil que participa en la elaboración e implementación de planes, políticas, programas y proyectos de seguridad ciudadana, con el fin de prevenir la violencia y fortalecer una convivencia pacífica.

1.6.5.1 Sección de Formación y Capacitación: Es la Sección encargada de asesorar, organizar, dirigir, monitorear, supervisar y evaluar en forma coordinada, lo relativo a la implementación de procesos de formación en los temas de ciudadanía y prevención de la violencia y el delito.



1.6.5.2 Sección de Desarrollo Institucional: Es la Sección encargada de planificar, organizar, dirigir, supervisar, ejecutar y evaluar las estrategias, políticas, programas y actividades relacionadas con el desarrollo, mejora continua y fortalecimiento de capacidades técnicas.

1.6.5.3 Sección de Producción de Materiales: Es la Sección encargada de planificar, dirigir, supervisar y evaluar la producción y reproducción de los materiales educativos, que serán utilizados por los facilitadores del Departamento.

1.6.6 Departamento de Planificación Estratégica y Gestión por Resultados: Es el Departamento encargado de planificar, organizar, dirigir, supervisar, ejecutar y evaluar los procedimientos y actividades relacionadas con el control de los procesos y el rendimiento de la Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia mediante la consolidación de objetivos trazados a corto, mediano y largo plazo, a través del seguimiento, control y evaluación del grado de avance de las metas institucionales fijadas, con la finalidad de medir el impacto de las políticas implementadas en materia de prevención.

1.6.6.1 Sección de Cooperación: Es la sección encargada de asesorar, organizar, dirigir, supervisar y evaluar los procedimientos y actividades relacionados con la captación, ejecución y control de recursos técnicos, financieros y de cooperantes provenientes de fuentes nacionales e internacionales destinados al cumplimiento de objetivos de la Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia.

1.6.6.2 Sección de Organización y Métodos: Es la sección encargada de brindar asesoría y apoyo en la realización de estudios, diagnósticos administrativos, análisis de la estructura organizacional y funciones de los departamentos que integran la Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia, así como la documentación y sistematización de procesos y elaboración de instrumentos técnico administrativos, que coadyuven en la mejora continua del funcionamiento de la Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia.



1.6.6.3 Sección de Comunicación Social: Es la Sección encargada de definir, ejecutar y evaluar las estrategias de comunicación internas y externas, actividades relacionadas con la cobertura y divulgación de los programas de la Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia, con el propósito de posicionar su imagen en la población guatemalteca.

1.6.7 Departamento de Organización para la Prevención de la Violencia Juvenil: Es el Departamento encargado de planificar, dirigir, supervisar, y definir las estrategias de prevención de las secciones a su cargo, para el fortalecimiento de las capacidades de las y los jóvenes dentro de las comunidades y establecimientos educativos para generar procesos participativos que logren de manera conjunta la disminución de la violencia y el delito, impulsando proyectos de desarrollo social y protección especial a la niñez, adolescencia y juventud.

1.6.7.1 Sección de Participación y Organización Juvenil: Es la Sección encargada de planificar, organizar, dirigir, supervisar, ejecutar y evaluar los procesos y actividades relacionadas con la prevención de la violencia juvenil dentro de las comunidades, identificando factores de riesgo y fortaleciendo factores de protección.

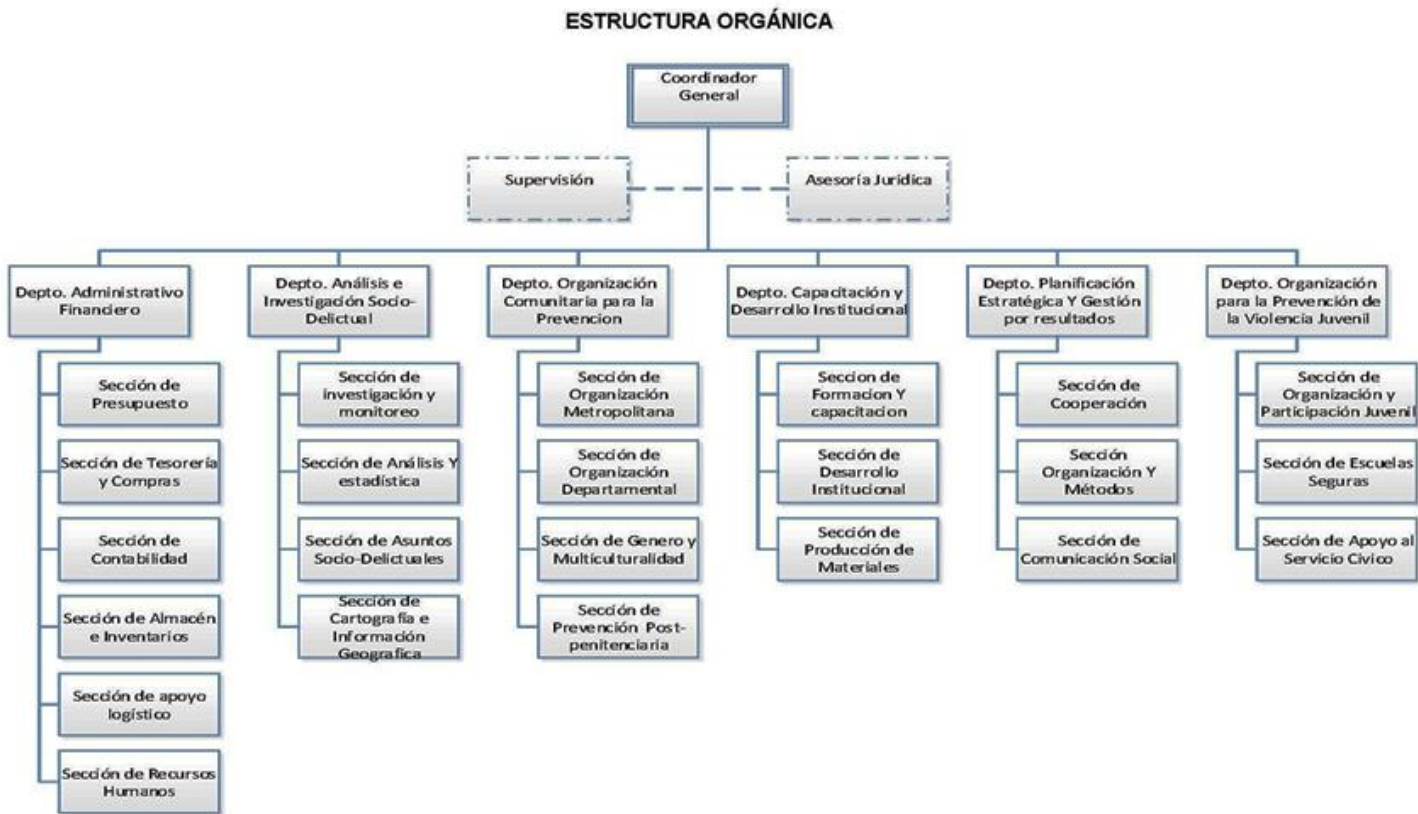
1.6.7.2 Sección de Escuelas Seguras: Es la Sección encargada de planificar, organizar, dirigir, supervisar, ejecutar y evaluar los procesos y actividades relacionadas con la prevención de la violencia escolar en establecimientos educativos del sector público, identificando factores de riesgo y fortaleciendo factores de protección.

1.6.7.3 Sección de Apoyo al Servicio Cívico: Es la Sección encargada de velar porque la Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia, brinde el soporte administrativo, financiero y de contratación de recurso humano necesarios a la Secretaría Ejecutiva del Servicio Cívico; asegurando el cumplimiento de las metas institucionales, relacionadas con la promoción de la participación juvenil en el servicio cívico y el fomento de las acciones de seguridad ciudadana y prevención de la violencia.



## 1.7 Organigrama de la institución

Figura 1 Organigrama de la institución



Fuente: UPCV.





## 1.8 Misión

Somos dentro de la estructura del ejecutivo, la entidad que asesora, coordina, organiza y facilita la participación en las comunidades, municipios y departamentos del país, buscando alianzas con instituciones gubernamentales y no gubernamentales para la construcción de una cultura de prevención por convicción de la violencia y el delito.

## 1.9 Visión

Ser la institución referente que orienta y promueve una cultura de prevención por convicción de la violencia y el delito, facilitando la convivencia pacífica de las y los ciudadanos con la interrelación de instituciones públicas y privadas con el poder local.

## 1.10 Objetivos institucionales

Cumplir con el mandato del Ministerio de Gobernación en la formulación de una estrategia de seguridad de las personas y de sus bienes en coordinación con las comunidades para su oportuna implementación; con énfasis en la seguridad ciudadana con enfoque de la prevención de la violencia, a través de la promoción de la cultura de prevención.

## 1.11 Público objetivo

La Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia, como unidad especial de ejecución, asesora a autoridades departamentales, gobiernos locales, autoridades comunitarias, instituciones gubernamentales y no gubernamentales en materia de prevención de la violencia a nivel nacional, en los 22 departamentos del país. Uno de sus objetivos es mejorar las condiciones de vida de los



habitantes en general, dándole énfasis a las poblaciones más vulnerables: niñez, adolescencia, juventud, mujer y adulto mayor.

Para ello, requiere de la prestación de servicios de personal técnico que es capacitado y apoyado con recursos mínimos para ejercer sus funciones y cumplir con los términos de referencia incluidos en el contrato. Este personal que atiende comunidades, municipios y departamentos del país, presta sus servicios en el Departamento de Organización Comunitaria para la Prevención, en las Secciones de Organización Metropolitana, Organización Departamental y Género y Multiculturalidad.

Actualmente, el recurso humano que presta servicios en las secciones mencionadas suma un total de setenta y dos (72) personas, las que residen en los departamentos en donde tienen asignados sus territorios para implementar las asesorías respectivas. El personal mencionado tiene distintas funciones según su nivel jerárquico. Se tiene la figura de jefatura del departamento, encargados de las secciones, delegados regionales, delegados departamentales o metropolitanos, asesoras de género y multiculturalidad y asistentes de jefatura.

## 1.12 Diagnóstico

Un diagnóstico “examina también los productos comunicacionales de una organización y puede contemplar las formas de distorsión de la comunicación como los rumores y ruidos que generan las estructuras de poder en una organización” (Tamayo, 2011, p.16). Estos elementos son muy importantes de tomar en cuenta, ya que todos los elementos internos de la organización se ven reflejadas en la comunicación hacia adentro y hacia afuera.

El primer procedimiento técnico que incluye el diagnóstico es el de definir los objetivos de este. Este procedimiento marca los alcances del diagnóstico, los resultados que pretende, su ámbito geográfico o su temporalidad. El establecerlos de manera clara permitirá que en el camino se



pueda ir monitoreando si el avance se mantiene apegado a los mismos o si es necesario ajustar alguna línea de acción del plan.

Además, analizado el tipo de institución estatal que constituye la UPCV, se hace necesario determinar las características internas de la misma, así como las necesidades en materia de comunicación que manifiesta, esto debido a que las secciones internas que se plantearon en el estudio cuentan con recurso humano distribuido en todo el territorio nacional, el cual tiene formación en distintas ramas de las ciencias sociales.

### 1.13 Objetivo general:

Establecer las debilidades de la comunicación interna y virtual de la Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia, específicamente en las Secciones de Organización Metropolitana, Organización Departamental, Género y Multiculturalidad y Comunicación Social.

#### 1.13.1 Objetivos específicos:

Analizar los procesos de comunicación interna de la UPCV para identificar las necesidades en materia de comunicación interna de la UPCV, con el fin de que se conozca la percepción del personal de campo y del personal que se encarga de la comunicación social.

Evaluar la efectividad de los canales de comunicación entre el personal de campo y el personal de la oficina de comunicación institucional de la UPCV, que ayude en la definición de procesos de formación en temas de comunicación institucional.

Definir las soluciones en materia de comunicación institucional que mejoren el intercambio de información entre el personal de campo y el personal de comunicación de la UPCV para que se generen publicaciones virtuales más efectivas.



## 1.14 Tipos de investigación:

El estudio de un problema o fenómeno para el que se aplican procesos sistemáticos, críticos y empíricos es lo que se denomina investigación. Estos procesos tienen que responder a la interrogante planteada por el investigador, que motiva la búsqueda, mediante la aplicación de herramientas técnicas y científicas, de una solución teórica o práctica o una proposición aceptada.

**Exploratoria:** Para la realización del presente estudio, de acuerdo con el elemento investigado y a la característica metodológica, se considera que uno de los principales tipos de investigación aplicados es el exploratorio. Dice Hernández Sampieri, “los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes,” (2014, p.91).

Generalmente, las instituciones públicas son poco estudiadas en cuanto a sus procesos comunicacionales internos, en virtud de que comúnmente no es una acción históricamente considerada. Adicionalmente, la UPCV es una institución con 13 años de funcionamiento, lo cual la hace prácticamente nueva. Esto respalda el que uno de los tipos de investigación utilizados sea exploratoria.

**Descriptiva:** Asimismo, otro tipo de investigación aplicada en este estudio es la descriptiva. Hernández Sampieri también menciona al respecto lo siguiente: “con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.” (2014, p. 92). Mediante la aplicación de este tipo de investigación, se pretende analizar el papel que juega el personal de campo de la UPCV, así como el personal de la oficina de comunicación institucional.

Además, se busca identificar las necesidades de mejora en cuanto a los procesos de comunicación interna, desde la generación de los productos comunicacionales. Con ello, se hará una descripción de las debilidades más notorias, según el criterio del mismo personal de campo.



Explicativa: También, se ha considerado que el estudio tenga también características de la investigación explicativa. Para el efecto, se cita textualmente lo que Hernández Sampieri sugiere: “los estudios explicativos van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; es decir, están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales.” (2014, p. 95).

Ante esta situación, es preciso mencionar que el estudio permitirá identificar las distintas causas que provocan que el personal de campo evite interrelacionar en las redes sociales institucionales, así como no se identifique con la filosofía institucional. Por otro lado, se busca conocer el origen de la desmotivación que genera que poca información fluya hacia la oficina de comunicación y esta sea de mala calidad.

### 1.15 Enfoque:

Para realizar el estudio, es pertinente mencionar también los dos tipos de enfoques principales de investigación, que con el paso del tiempo han dado origen a otros tipos que son, en muchos casos, variaciones o combinaciones de estas. Por un lado, se encuentra la investigación cuantitativa, la que utiliza información y datos resultantes de mediciones, mientras que, por el otro, se encuentra la investigación cualitativa, que utiliza principalmente una lógica y proceso inductivo.

Hernández Sampieri menciona que estos dos tipos de investigación tienen características comunes, entre ellas: llevan a cabo la observación y evaluación de fenómenos; establecen suposiciones o ideas como consecuencia de la observación y evaluación; demuestran el grado en que las suposiciones o ideas tienen fundamento; revisan tales suposiciones o ideas sobre la base de las pruebas o análisis, y proponen nuevas observaciones y evaluaciones (2014, p.4).

A pesar de los aspectos comunes con que cuentan los dos principales tipos de investigación, también hay características que los diferencian a uno del otro. Estas diferencias responden al



enfoque del estudio, los datos usados, la definición de la hipótesis, entre otras cosas. El investigador debe conocer los elementos que los hacen distintos, para identificar dichas características al momento de proceder a usar los tipos mixtos de investigación.

Para delimitar las características de cada tipología de investigación, Hernández Sampieri establece que el enfoque cuantitativo se sustenta en las teorías del positivismo, neopositivismo y pospositivismo, teniendo como punto de partida que existe una realidad que conocer, a través de la mente, y dicha realidad es única, tal como el investigador concibe el mundo externo (2014, p.10).

En su lugar, el enfoque cualitativo de la investigación se sustenta en las teorías que proponen la fenomenología, el constructivismo, el naturalismo y el interpretativismo. Parte de una realidad mental que hay que descubrir, construir e interpretar, las que pueden llegar a ser tantas de manera subjetiva. El investigador parte de la premisa de que el mundo social es relativo (2014, p.10).

En esta investigación se aplicó una investigación de tipo mixto, que combina las características específicas de la investigación cuantitativa, con las de la investigación de tipo cualitativa. Esta fusión de ambas permite que el estudiante del EPS utilice herramientas de investigación con las que recolecta información numérica, así como información interpretativa, de criterio y percepción.

#### 1.15.1 Enfoque cuantitativo:

Este es el enfoque “de investigación que identifica y describe de una manera objetiva y sistemática muestra poblacional con la finalidad de obtener conclusiones sobre los aspectos objetivos de las personas y los agregados sociales” (Patzán, 2020, p. 10). En su esencia, este enfoque utiliza datos numéricos y estadísticos que permiten establecer tendencias, promedios, percepciones cuantificables.



### 1.15.2 Enfoque cualitativo:

En este “se extraen significados y conclusiones de datos, todos los datos cualitativos pueden provenir de varias fuentes, Los análisis cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección de datos” (Patzán, 2020, p. 11). Utilizar este enfoque representa que el investigador contará con información de percepciones subjetivas, basadas en experiencias, no estadísticas. Las herramientas de recolección tienden a recabar información cualitativa.

### 1.15.3 Enfoque mixto:

Si bien este enfoque es una mezcla de los dos anteriores, este tiende a ser utilizado para investigaciones que deben enfocarse tanto en los datos numéricos que arrojan las encuestas, por ejemplo, como en los aspectos cualitativos que recoge una entrevista u otro proceso de recolección de información que se haya escogido. El investigador desarrolla este enfoque de una manera complementaria entre los datos cuantitativos y los subjetivos.

Para el efecto de esta investigación, relacionada a identificar las necesidades de comunicación interna en la Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia, será utilizado un enfoque investigativo de tipo mixto, el cual se sustentará en la recolección de información cuantitativa, así como en la obtención de información cualitativa, haciendo uso de las herramientas de recolección de información respectivas.

Por una parte, se planifica realizar entrevistas a personas decisoras en materia de comunicación institucional, así como a personas que cuentan con mando jerárquico sobre el personal de campo. Además, se estará realizando un sondeo de las publicaciones que se difunden por las redes sociales de la UPCV, con el fin de verificar si provocan interacción con el público en general y si el personal de campo comparte y le da “me gusta” a las mismas.

Asimismo, se planifica desarrollar una encuesta entre el personal de campo, con el fin de conocer sus apreciaciones respecto a las publicaciones institucionales, que reflejan en gran medida el trabajo que ellos y ellas desarrollan en los territorios asignados, lo cual evidencia el



relacionamiento que tienen con personas, autoridades departamentales, municipales y comunitarias, así como las coordinaciones interinstitucionales que llevan a cabo.

### 1.16 Técnicas de recolección de datos:

Para los fines de la investigación diagnóstica, es necesario desarrollar mecanismos de recolección de datos, los cuales nos faciliten el ejercicio de diagnóstico, así como también permita obtener de las personas conocedoras o futuros prospectos, información oportuna y relevante acerca de la institución, la marca, un producto o servicio específico, así como el uso y preferencia de algún bien.

Para ello, es importante que se consideren algunos elementos previos que deben cumplirse o considerarse, entre ellos: definir el objeto del estudio; accesibilidad hacia los candidatos a ser fuentes de información; el tamaño y características de la población o su muestra; los recursos materiales o humanos con que se cuenta; la factibilidad de obtener los datos, y el tipo o naturaleza de la fuente de la información.

A continuación, definiremos algunas de las distintas técnicas de recolección de datos según Tamayo y Silva:

#### 1.16.1 Encuesta:

Esta técnica de recolección de datos da lugar a establecer contacto con las unidades de observación por medio de los cuestionarios previamente establecidos. Entre las modalidades de encuesta podemos destacar: encuestas por teléfono, encuestas por correo electrónico, encuesta personal, encuesta *online*, principalmente. Para el presente estudio, se aplicó una encuesta *online*, debido a que se desarrolló mediante la utilización de un formulario de *Google*.

Para aplicar esta técnica de recolección de datos, se decidió metodológicamente encuestar al total del personal de campo, que son 72 personas, que prestan sus servicios en el departamento de





Organización Comunitaria para la Prevención. Esto técnicamente se denomina población finita, pues se decidió que la encuesta se aplicaría al universo total del personal operativo de la UPCV.

El formulario digital que se aplicó se les hizo llegar mediante grupos regionales de *WhatsApp*, por los que se comunican internamente. Del universo contemplado se obtuvo solamente la respuesta de 60 personas, lo que representa el 83.3 % de las personas estimadas para la obtención de información. Este porcentaje se considera significativo para analizar las respuestas proporcionadas.

#### 1.16.2 La entrevista:

La entrevista es una situación de interrelación o diálogo entre personas, el entrevistador y el entrevistado. La entrevista presenta diversas modalidades, entre ellas: entrevista libre, entrevista estructurada, entrevista focalizada, entrevista simultánea y entrevista sucesiva. Para esta investigación, se elaboró un cuestionario que sirvió de guía para desarrollarla. El tipo de entrevista que aplica para este estudio es estructurado.

Con el fin de contar con el componente cualitativo dentro de la investigación, se procedió a desarrollar una entrevista con la persona encargada de la Sección de Comunicación Social de la UPCV, la Licenciada Wendolin Carías, quien tiene más de 5 años de experiencia en la organización (ver Anexo 2. Entrevista realizada a la encargada de Sección de Comunicación Social de la UPCV). A continuación, un resumen de la entrevista que se realizó el 28 de mayo de 2021; se presentan las preguntas, así con un resumen de su respuesta:

1. Como institución responsable de la implementación de la “Política Nacional de Prevención de la Violencia y el Delito, Seguridad Ciudadana y Convivencia Pacífica 2014-2034”, ¿cree usted que el trabajo del personal de campo refleja que se están atendiendo los cinco ejes de la política?

Resumen de la respuesta: La UPCV es la institución que dirige la implementación de la PONAPRE 2014-2034, pero hay otras instituciones que se unen al trabajo interinstitucional. Sin embargo, considera que actualmente no se está atendiendo al 100% los cinco ejes de la política



por diversas causas, considera importante no solo atender los ejes, sino “implementar acciones de estos”.

2. ¿Cuenta la UPCV con un plan de comunicación social vigente, o en cada campaña se debe hacer un plan individual?

Resumen de la respuesta: La UPCV cuenta con un plan general de comunicación, bastante transversal, como lo indica el Modelo de Abordaje. Sin embargo, existen estrategias específicas por cada campaña, que se justifican y dan respuesta a los 5 ejes de la PONAPRE 2014-2034.

3. De las redes sociales que tiene la UPCV, ¿cuál es la que reporta más interacción con los seguidores? Y en el orden descendente, ¿cómo se comportan las demás redes sociales?

Resumen de la respuesta: La cuenta institucional que la UPCV tiene en la red social de *Facebook*, cuenta con el mayor alcance debido a que esa fue en su momento la primera red social que se creó desde la existencia como Unidad; actualmente tiene más de 19 mil seguidores. En orden descendente, en cuanto al tráfico que genera, le sigue *Twitter*, con más de 3 mil cuatrocientos seguidores. La red social que ocupa el tercer puesto es *Instagram*, donde la UPCV tiene un poco más de mil trescientos seguidores. Finalmente, en la cuenta oficial de la red social *YouTube*, la institución tiene 45 personas suscritas.

4. ¿Cree que el personal de campo de la UPCV está identificado con los valores institucionales, así como tiene conocimiento de la Misión y Visión institucional?

Resumen de la respuesta: En relación a los delegados más antiguos que prestan sus servicios a la UPCV, considera que tienen cierto porcentaje de pertinencia institucional ya que han tenido capacitaciones de todo tipo, debido al compromiso de presentarse ante las autoridades locales como la imagen de UPCV. Pese a ello, ha notado que existe deficiencia de inducción del personal de reciente ingreso, misma que deberían de recibir al momento de ser contratados, con el fin de conocer y sentirse identificados con los valores institucionales de la UPCV y la filosofía institucional.



5. ¿La información que obtiene de los delegados y delegadas del Departamento de Organización Comunitaria para la Prevención, para ser publicada, tiene algunas debilidades que merecen ser atendidas?

Resumen de la respuesta: Siempre se han tenido debilidades en la comunicación interna, pero hoy en día ha incrementado debido a muchos ruidos en la comunicación con ellos, mencionando entre ellas las siguientes:

- a. La buena información que los delegados puedan transmitir emana de una pertinencia con la institución, la cual tiene deficiencias desde la falta de inducción del qué hacer de UPCV.
- b. Falta de reuniones constantes para establecer lineamientos de comunicación.
- c. Muy mala ortografía y redacción de parte de los delegados, que hace los textos incomprensibles.
- d. Deficiencia en el manejo correcto de los objetivos de las actividades, planes y proyectos; esto repercute en que cuando los delegados redactan la nota de la actividad, ésta tiene incongruencias.

6. ¿Cómo sugeriría usted que se puede mejorar la calidad de la información que producen los delegados y delegadas del Departamento de Organización Comunitaria para la Prevención?

Resumen de la respuesta: Deben recibir capacitación constante en temas de comunicación, redacción, fotografía, técnicas de persuasión, entre otras. Darles a conocer la importancia de la comunicación y el buen uso de la información. Orientación en el buen manejo de la imagen y presentación de ellos como personal de campo, representantes de la institución, así como la buena manera de presentarse ante las autoridades departamentales, municipales y locales. Que atiendan y respondan al qué hacer de la UPCV, mostrando sentido de pertenencia a la organización.



7. ¿Las redes sociales de la UPCV son manejadas por una o varias personas?

Resumen de la respuesta: Actualmente, derivado de escasez de personal, es tema lo maneja una sola persona, con la supervisión de la autoridad máxima de la UPCV. Todo lo que se publica debe ser aprobado por el Coordinador General de la organización.

8. Para mejorar el desempeño de la Sección de Comunicación Social de la UPCV, ¿qué sugerencias tendría?

Resumen de la respuesta: El mejor desempeño se puede lograr si se implementaran las siguientes acciones:

- a. Contratación de personal con términos de referencia específicos y con experiencia para desempeñar el puesto de la manera correcta.
- b. Que la Sección de Comunicación Social dependa jerárquicamente de la Coordinación General directamente, no depender del Departamento de Planificación Estratégica, como actualmente ocurre. Reformar el organigrama institucional.
- c. Procurar que la oficina no sea, en el organigrama institucional, una Sección sino un Departamento y que pueda seguir siendo transversal, manejando su propio presupuesto y mantener el respaldo de la Coordinación General para implementar estrategias.

#### 1.16.3 Análisis documental:

Una diferencia muy notoria entre esta y las otras técnicas que se están tratando es que en estas últimas se obtienen datos de fuente primaria en cambio mediante el análisis documental se recolectan datos de fuentes secundarias. Muchas veces, los libros, boletines, revistas, folletos y periódicos se utilizan como fuentes para recolectar datos sobre las variables de interés.

Para elaborar el presente diagnóstico de comunicación, se consultaron varios documentos que respaldan política, técnica y metodológicamente el trabajo de la UPCV, lo cual permitió contar con referencias bibliográficas para entender la dimensión de la prevención de la violencia y la interacción de las distintas secciones y departamentos internos de la institución. Se tuvo acceso a



los Acuerdos Ministeriales números 542-2008, 95-2013 y 06-2018, los cuales contienen su creación y las respectivas prórrogas para su funcionamiento.

También, se consultó la “Política Nacional de Prevención de la Violencia y el Delito, Seguridad Ciudadana y Convivencia Pacífica, 2014-2034”, la cual establece los criterios de interacción social y estrategias para prevenir la violencia. Esta política es respaldada por el Acuerdo Gubernativo 281-2014, el cual la aprueba y la declara de observancia obligatoria para las instituciones involucradas.

Además, se hizo una revisión profunda del “Modelo de Abordaje” de la UPCV, el cual representa la metodología participativa con la que el personal de campo desarrolla sus funciones, las cuales dan como resultado, en su mayoría, las publicaciones que la institución comparte en sus redes sociales. Este modelo consta de seis fases internas de aplicación, que son los pasos sucesivos para la intervención participativa del personal operativo.

Las consultas mencionadas proporcionaron al presente estudio la base documental oportuna que sustentará las actuaciones y análisis de información, así como las posteriores acciones comunicacionales que serán aplicadas para resolver las necesidades que se identifiquen. Es importante mencionar que tanto la política nacional como el modelo de abordaje consideran el aspecto de comunicación social como un tema importante.

#### 1.16.4 Observación de campo no experimental:

Con frecuencia se usa esta técnica para profundizar en el conocimiento del comportamiento de exploración. Para el efecto de la presente investigación diagnóstica, se desarrolló un proceso de observación no experimental, a las cuentas de redes sociales que la institución tiene en las distintas plataformas, entre ellas: *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* y *YouTube*. La observación consistió en hacer un recuento del número de seguidores que en cada red social siguen a la UPCV. Además, se hizo un sondeo de los “me gusta” que reúnen las publicaciones en su mayoría.



En *Facebook*, que es la red social donde tiene mayor número de seguidores, las publicaciones rara vez llegan a más de veinte “me gusta”, es decir, a pesar de que cuenta con más de 19 mil seguidores, las respuestas o interacciones a las publicaciones son evidentemente escasas.

Para esta investigación se ha considerado desarrollar entrevistas estructuradas, que proporcionan información cualitativa acerca del tema a investigar. Además, se estará implementando una encuesta entre el personal de campo de la UPCV, con el fin de conocer su punto de vista y su disposición en propiciar una mejor difusión de las publicaciones en redes sociales de la institución. En el capítulo de Anexos se adjunta el formulario que se utilizó durante la encuesta *online* que se aplicó al personal de campo de la UPCV, la cual consta de catorce (14) preguntas. Asimismo, se adjunta también la guía de entrevista estructurada que se preparó.

### 1.17 Interpretación de resultados:

Como se mencionó en el inciso 1.16.1, en total fueron respondidas 60 encuestas por medio de la herramienta *Google Forms*, por parte del mismo número de delegados o delegadas de la UPCV, de las secciones de Organización Metropolitana, Organización Departamental y Género y Multiculturalidad. De una población finita de 72 personas, las cuales se tenía contemplado encuestar, fue el 83.3 % el que respondió el instrumento. El restante 16.7 % no atendió la solicitud.

La encuesta constaba de 14 preguntas: 12 cerradas, la mayoría de opción múltiple, y dos abiertas. A continuación, se presentan las interrogantes con la gráfica respectiva del resultado obtenido. La herramienta se les hizo llegar a los delegados y delegadas a través de un grupo de *WhatsApp*. El instrumento de la encuesta fue validado por el jefe del Departamento de Organización Comunitaria para la Prevención de la UPCV.

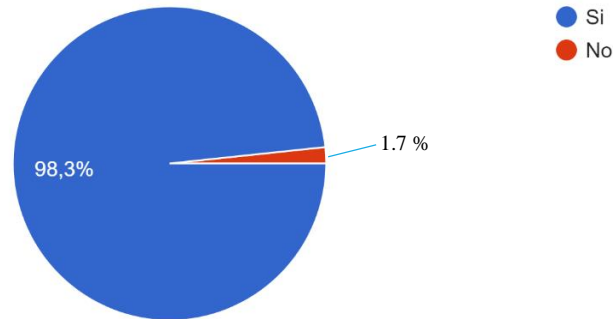
A continuación, se presentan las preguntas de la encuesta, sus resultados e interpretación:



1) ¿Usa redes sociales personales? (si la respuesta es no, pasa a la No. 9)

Figura 2 Gráfica pregunta no. 1

60 respuestas



Fuente: Elaboración propia

Se observa que de los 60 encuestados, el 98.3 % cuenta con redes sociales, lo que equivale a 59 personas. Esto aseguró que la mayoría haya respondido todas las preguntas de la encuesta, ya que, si marcaba un “no” como respuesta a esta pregunta, el cuestionario los llevaba a la pregunta número nueve. El contar con al menos una red social personal, el encuestado contaba con el conocimiento pleno para responder la totalidad del cuestionario.

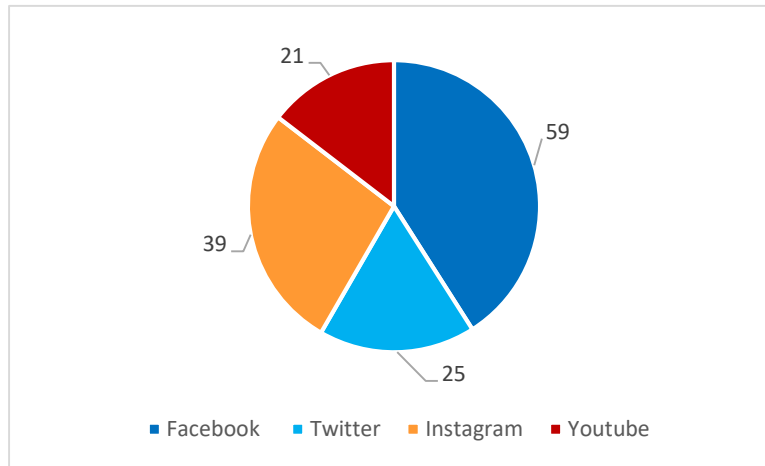
Si el personal de campo cuenta con al menos un usuario en redes sociales, puede desde ya considerarse como un sujeto con oportunidad de interactuar con las redes sociales institucionales de la UPCV, así como constituirse como un ente multiplicador, dirigir los mensajes hacia sus contactos, los cuales serían considerados como entes multiplicadores de segundo plano.

Asimismo, relacionando lo observado en las redes sociales institucionales, las publicaciones no cuentan con más de una decena de “me gusta” en promedio, por lo que se evidencia que, pese a que las publicaciones se sustentan en las actividades realizadas por el personal de campo, ni ellos mismos o mismas interactúan con lo publicado.



2) ¿Cuál o cuáles redes sociales usa?

Figura 3 Gráfica pregunta no. 2



Fuente: Elaboración propia

Como resultado de esta pregunta, se obtuvo que los 59 delegados o delegadas son dueños o dueñas de una cuenta en la red social *Facebook*. En cuanto a *Instagram*, 39 personas son usuarias de la misma; en la que se comparten fotografías y videos cortos. Le sigue *Twitter*, con 25 usuarios, y por último 21 delegados tienen usuario en la red social *YouTube*. Por las cantidades obtenidas, se puede inferir que en la red social donde se pueda obtener mayor apoyo sería *Facebook*.

Esto representa una oportunidad para que, sabiéndolo aprovechar, *Facebook* sea la plataforma que se explote aún más en cuanto a las publicaciones, fotografías y enlaces; interacción con otras instituciones, organizaciones y sociedad civil. Además, se puede aprovechar que, en cuanto a las redes sociales de la UPCV, esta es la que tiene mayor cantidad de seguidores, de las cuatro con que cuenta la institución.

Además, otras de las oportunidades es que se puede incrementar las interacciones en *Instagram*, en vista de que es una red social en apogeo. En esta red hay mucho usuario de adolescentes y jóvenes, los cuales son muy dinámicos. Para ello, se puede aprovechar el papel que juega en la organización, la Sección de Participación y Organización Juvenil, para generar contenido.



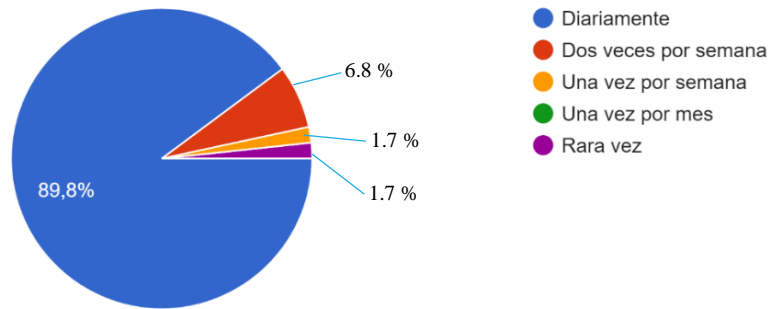


3) ¿Con qué frecuencia ingresa a cualquiera de estas redes sociales?

Figura 4 Gráfica pregunta no. 3

59 respuestas

Fuente:



Elaboración propia

De los encuestados, un total de 53 personas consultan sus redes sociales personales diariamente. Es decir, se mantienen actualizados en lo que publican las páginas que siguen u otros usuarios en sus redes diariamente. El personal de campo de la UPCV realiza actividades relativas a sus funciones todos los días, incluyendo los fines de semana. La modalidad de publicar diariamente puede ser una gran oportunidad.

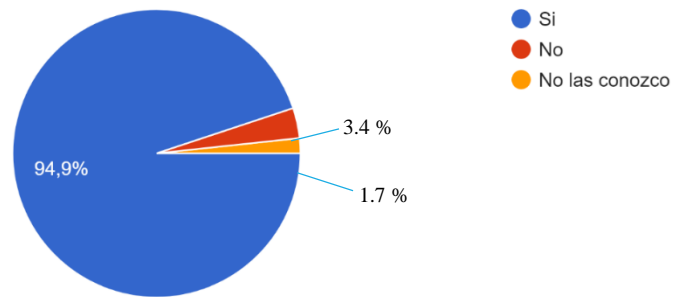
Cuatro personas indicaron que consultan sus redes sociales al menos dos veces por semana, lo cual representa un bajo porcentaje, comparado con los que sí las ven constantemente. Es un porcentaje aún más bajo quienes consultan una vez por semana o rara vez sus redes sociales personales. Esto también se puede considerar una oportunidad, en virtud de que se tendrá un buen seguimiento de las publicaciones diarias.



- 4) La UPCV cuenta con redes sociales por medio de las cuales publica las actividades que su personal realiza en todos los departamentos del país, ¿sigue alguna de ellas?

Figura 5 Gráfica pregunta No. 4

59 respuestas



Fuente: Elaboración propia

Un total de 56 personas encuestadas indicaron que conoce alguna o todas las redes sociales que tiene la UPCV, en las cuales se publican las distintas actividades, gestiones, acciones de cumplimiento del mandato institucional, y además de eso, las “sigue”. Resulta importante que la mayoría del personal de campo del departamento de Organización Comunitaria para la Prevención “siga” las redes sociales de la UPCV.

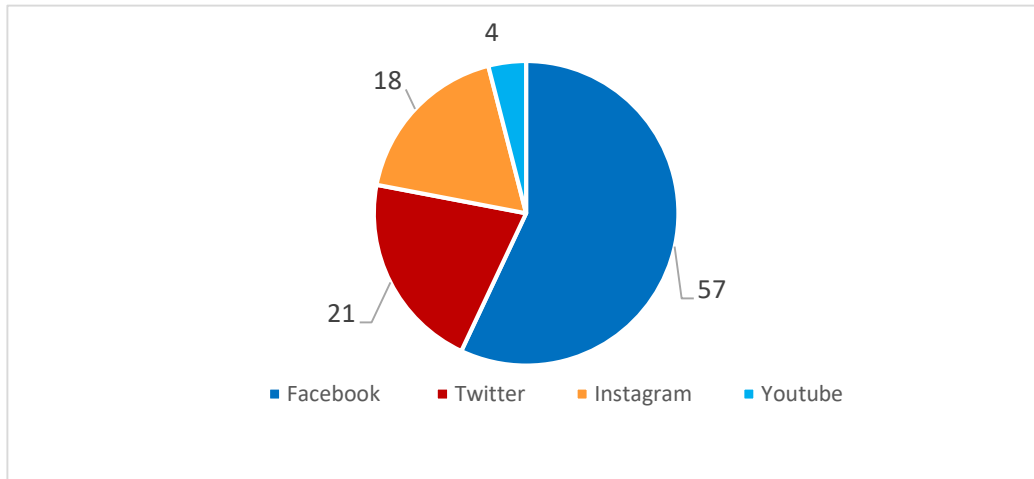
Lo anterior, debido a que inicialmente ya han dado un paso importante, que es “seguir” las páginas de la UPCV para estar al tanto y actualizados de lo que se publica. Ellos son los principales actores que se observan en las fotografías, ya que es el único departamento de la institución que tiene personal en todo el país y tiene interacción con gobernaciones departamentales, municipalidades, instituciones estatales y no gubernamentales, sociedad civil y cooperantes internacionales.

Sin embargo, fueron dos personas las que indicaron que no siguen las redes sociales de la institución, y una la que dijo que no las conoce. Es muy probable que dicha situación se deba a que es personal de reciente ingreso, pues casi la mitad de los mismos tienen menos de un mes de haber sido contratados por primera vez.



5) ¿Cuál o cuáles cuentas sigue?

Figura 6 Gráfica pregunta No. 5



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a esta pregunta, se observa que del total de encuestados que cuentan con al menos una red social personal (59 personas) son 57 los que “siguen” la cuenta oficial de la UPCV en *Facebook*, representando el 97% del total. Esta situación refuerza el hecho de que sea esta plataforma la que sirva de punta de lanza para cualquier campaña que se pueda implementar, así como sea aprovechada para publicar comunicados y materiales de sensibilización.

Seguidamente, son 21 de los 59 que “siguen” la cuenta de *Twitter*, representando el 36 % del total. Muy parecida es la cantidad de quienes “siguen” la cuenta institucional que la UPCV tiene en la red social *Instagram*, siendo 18 personas. Estas dos redes sociales pueden ser utilizadas como refuerzo al contenido que se publique en *Facebook*. Por supuesto, *Twitter* es una red que se puede utilizar para la inmediatez e *Instagram* para publicar material gráfico más elaborado.

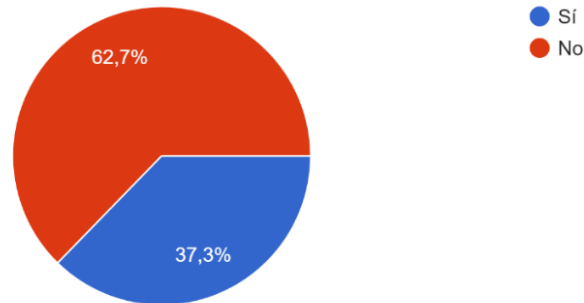
Cabe mencionar que la cuenta institucional en *YouTube* es la que menos seguidores tiene, siendo el siete por ciento de los encuestados los que “siguen” a la institución por medio de ella. En esta red podría publicarse material audiovisual con contenidos más específicos, usados para las capacitaciones al público objetivo.



- 6) ¿Ha notado alguna debilidad en las publicaciones que la UPCV realiza en las redes sociales?

Figura 7 Gráfica pregunta No. 6

59 respuestas



Fuente: Elaboración propia

La mayoría de los consultados manifestaron que no han encontrado alguna debilidad en las publicaciones que son difundidas por las redes sociales de la UPCV. Esta es la opinión de 37 personas, lo que hace un porcentaje de 62.7. Al respecto, se puede inferir que, en la mayoría de los casos, los delegados están de acuerdo con lo que se publica. Esto significa que, de acuerdo con lo que ellos comparten directamente a la Sección de Comunicación Social, están conformes con lo que resultan publicando.

Sin embargo, 22 personas de las encuestadas indicaron que sí han encontrado debilidades en las publicaciones que se observan en las distintas redes sociales institucionales. Según su criterio, respecto a lo que ellos envían a la Sección de Comunicación Social, al ser publicado se hace de una manera errónea. Tales debilidades deberán ser analizadas posteriormente, en vista de que eso le resta calidad a lo publicado.

Tomando en cuenta que hay una oficina que se encarga de la comunicación institucional, en ésta es que se debería dar tratamiento a los textos y a las fotografías para evitar contenido e imágenes que resten calidad a la imagen de la UPCV. Otras debilidades, que puedan haber sido detectadas por el personal de campo, serán analizadas en la siguiente pregunta.



7) ¿Cuál son las debilidades?

Esta pregunta, al ser de modo abierta, dio como resultado una buena cantidad de opiniones de los delegados y delegadas, de las que serán extraídas las más relevantes para analizarlas y posteriormente usarlas como referente de los factores negativos que le restan calidad a las publicaciones que la Sección de Comunicación Social emite a través de las distintas redes sociales institucionales.

Por una parte, algunos opinan que en ciertas ocasiones las publicaciones se hacen con información incorrecta, como lugar equivocado o con título de la autoridad presente en la actividad erróneo (por ejemplo, alcalde por gobernador). Al ser publicaciones de actividades, es muy importante que se respete lo indicado por los delegados en la información que comparten a la sección de comunicación.

Además, otros opinan que las páginas institucionales no llaman la atención del que las visita. Consideran oportuno que se mejore el contenido. Sin embargo, ese contenido en gran medida depende de ellos mismos, el que tenga calidad y sea relevante. Indican que son publicados textos con faltas de ortografía, lo cual refleja que los textos enviados por ellos no son editados.

Por otro lado, algunos indican que no se publica diariamente, es decir, que sus actividades del día son publicadas varios días después, lo que refleja desactualización en las redes, y eso es notado por los aliados estratégicos de los delegados en los distintos departamentos, municipios y comunidades. Otro aspecto señalado por ellos mismos es que las imágenes son de poca calidad, situación que depende también de ellos.

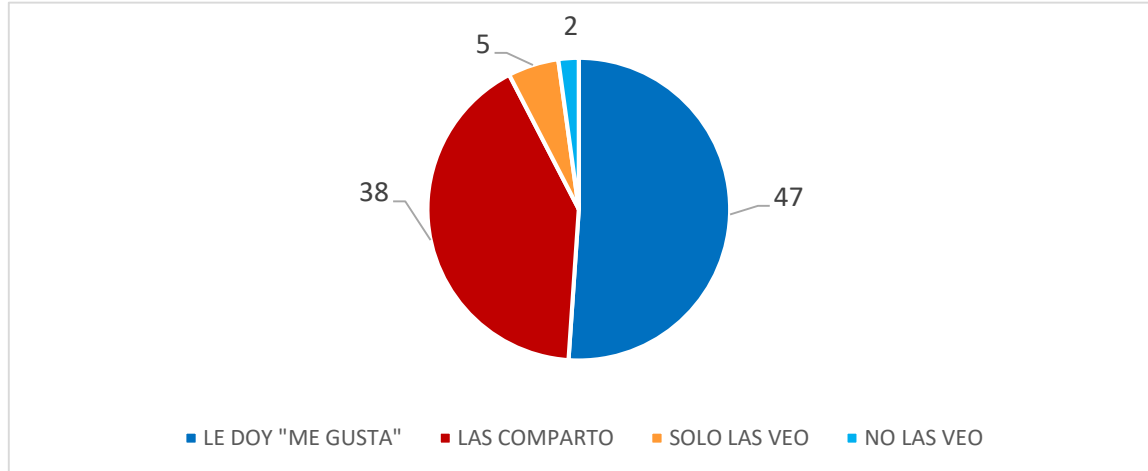
Por último, indican que mucha información de la que ellos comparten con los encargados de la comunicación institucional no es publicada en las redes sociales, aduciendo de que se puede tratar de que hay poco personal en la oficina respectiva; lo cual puede ser resultado de que la redacción del delegado sea deficiente o las fotografías de mala calidad.



- 8) ¿Suele darle “me gusta” o compartir las publicaciones de la UPCV en redes sociales?  
(puede marcar varios)

Figura 8 Gráfica pregunta No. 8

Fuente:



Elaboración propia

Un total de 47 personas (el 80 %) indican que le dan “me gusta” a las publicaciones que la UPCV difunde en sus distintas redes sociales. Esto debería reflejarse en las mismas, es decir, al menos deberían tener ese número de aprobaciones las publicaciones. Al hacer una observación de publicaciones en *Facebook*, se puede evidenciar que las publicaciones generalmente no sobrepasan los 20 “me gusta”.

Además, 38 personas respondieron que comparten las publicaciones, de las distintas redes sociales, en sus perfiles o muros. Al consultar la red social que tiene mayor interacción entre el personal de campo, se observa que las publicaciones generalmente tienen menos de cinco veces compartidas, cada una. Esto puede deberse a que las personas que observan la publicación, entre ellas los delegados, no siempre las comparten.

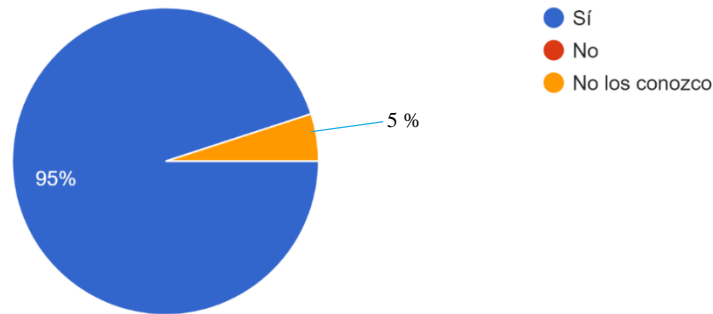
Son pocas las personas que dijeron que solo ven las publicaciones (cinco personas de las encuestadas), y mucho menos la cantidad de las que afirmaron que no las ven (dos personas), lo que también es muestra de que son pocos los que manifiestan desinterés por compartir o simplemente leer las publicaciones.



9) ¿Se siente identificado (a) con los valores institucionales de la UPCV?

Figura 9 Gráfica pregunta No. 9

60 respuestas



Fuente: Elaboración propia

A partir de esta pregunta, fueron 60 personas las que contestaron las preguntas. Del total de encuestados, 57 personas dijeron que se sienten identificadas con los valores institucionales de la UPCV. Esto se refiere a las cualidades en las que se fundamenta la organización. Las mismas son públicas, porque están incluidas en la página web de la institución. Al reconocerse como conocedores de los valores de la organización, se asume que se encuentran identificados con la misma.

Lo anterior es una fortaleza, en virtud de que significa que el personal de campo tiene claridad referente a lo que las bases sobre las cuales se creó la UPCV. Muy probablemente, para la Sección de Comunicación Social representa una ventaja el que los delegados y delegadas conozcan y se identifiquen con esos valores, pues se entiende que los resultados de sus intervenciones van a ajustarse al mandato institucional.

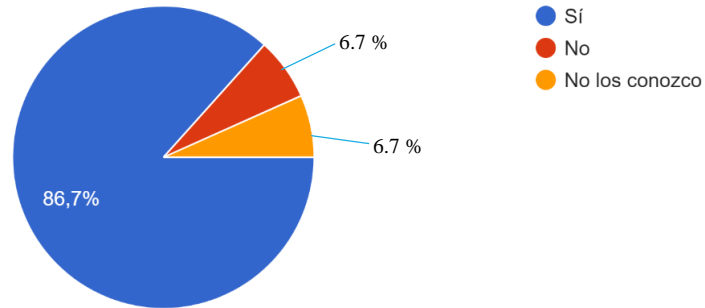
Sin embargo, son tres personas las que respondieron que no conocen los valores institucionales, lo cual, aunque es un porcentaje muy bajo (5 %), representa a tres miembros del equipo de campo que lo afirmó. Lo anterior podría deberse a que es personal de reciente ingreso, aunque deber ser tomado en cuenta para que todo personal nuevo reciba la inducción inicial al ser contratado.



10) ¿Conoce la Misión y Visión de la UPCV?

Figura 10 Gráfica pregunta No. 10

60 respuestas



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la misión y visión institucional, son aspectos en los que menos entrevistados indicaron ser conocedores. Del total de delegados y delegadas, solamente 52 manifestaron conocerlos, lo cual indica que el 86.7 % las pueden aplicar a su trabajo de campo y su desempeño, como representantes de la institución en los territorios asignados. Afirmar que las conocen es una fortaleza, que permitirá instaurar y mantener la filosofía de la UPCV.

Por otro lado, un porcentaje superior al 13 % aseguraron desconocer la misión y visión institucional, lo cual representa un riesgo y debilidad detectada, pues al ostentar una delegación de la institución ante autoridades departamentales, municipales o comunitarias, deberían tener sumamente claras estos aspectos. Si el total de este personal no conoce la filosofía institucional y su orientación, no se pueden asegurar resultados positivos.

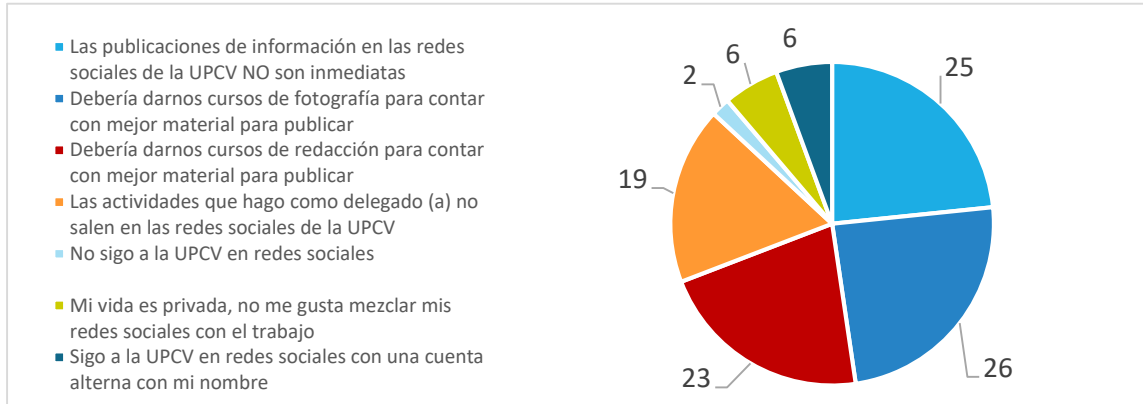
Esto último, es una situación que se puede revertir, afortunadamente, con diseñar procesos de capacitación sobre la filosofía institucional, tanto de los valores, como de la misión y visión, con el fin de que el equipo de campo se empodere de los aspectos y fundamentos más relevantes y profundos que sustentan el actuar y el mandato de la organización.





11) De estas opciones, ¿cuál cree que es la que más se apega a lo que piensa de las publicaciones en redes sociales de la UPCV? (puede marcar una o varias opciones)

Figura 11 Gráfica pregunta No. 11



Fuente: Elaboración propia

En el orden descendente, se puede apreciar que la mayoría de los encuestados (26 personas) eligieron el ítem “deberían darnos cursos de fotografía para contar con mejor material para publicar”. Esto se puede contrastar con algunos de los aspectos mencionados por el mismo grupo, en cuanto a que las imágenes que acompañan las publicaciones carecen de calidad. Luego continúa, con 25 opiniones, el ítem “las publicaciones de la UPCV en redes sociales no son inmediatas”.

Seguido, con 23 opiniones, se ubica el ítem “deberían darnos cursos de redacción para contar con mejor material para publicar”; teniendo también relación con la baja calidad de los textos, identificada por los mismos que los generan, es decir, el equipo de delegados. En cuarto lugar, con puntuación considerable, 19 opiniones, se ubica “las actividades que hago como delegado (a) no salen en las redes de la UPCV”, esto parece demostrar que ellos están pendientes de las publicaciones y manifiestan que su trabajo no es, aparentemente, valorado.

Con seis opiniones se observan los ítems “mi vida es privada, no me gusta mezclar mis redes sociales con el trabajo” y “sigo a la UPCV en redes sociales con una cuenta alterna con mi nombre”. Por último, “no sigo a la UPCV en redes sociales” aparece con dos opiniones. Estos tres ítems deben considerarse como un punto de partida para la estrategia de comunicación que se vaya a implementar, principalmente.



- 12) ¿Qué sugerencias daría para que las publicaciones en redes sociales de la UPCV tengan una mayor difusión?

Esta pregunta, al ser también de modo abierta, con oportunidad de poder externar sugerencias de parte del personal de campo, se puede apreciar que algunos se limitaron a escribir “ninguna” como respuesta. Esto puede demostrar el poco interés que hay en un grupo de delegados para proponer alternativas de cambio y mejora, lo cual facilitaría la coordinación entre el equipo de campo y el de comunicación social.

Por su parte, un buen número emitió sugerencias para que mejoren las publicaciones en las redes sociales institucionales de la organización. Por un lado, proponen dar a conocer las redes sociales (los nombres de cómo aparecen en cada plataforma), con el fin de que el personal las ubique en sus redes y las “siga”. Además, un elemento importante para los delegados es que se publique las actividades con inmediatez o, al menos, el mismo día que se realiza.

Desarrollar una estrategia para que todos los delegados sigan las cuentas institucionales de la UPCV, con la finalidad de que los aliados de cada uno, en sus respectivos territorios, se identifiquen con las publicaciones también y les sirva de motivación para interactuar. Unido a esto, estaría la actitud de pertinencia institucional que cada delegado debe tener, para no solo darle “me gusta” a las publicaciones, cualquiera que sea, no solo donde aparecen ellos, sino que también las comparta y con ello generar “tráfico”.

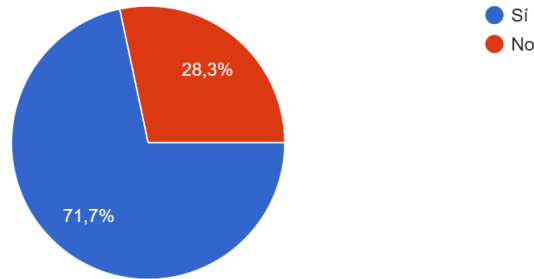
Sugieren que también se genere alianza con los medios de comunicación locales, para lo cual ellos mismos son actores fundamentales, y con ello lograr instancias multiplicadoras. Otras opiniones se refieren a que es mejor considerar tener una cuenta institucional en redes sociales, con el fin de no entremezclar lo personal con lo laboral. Otra de las sugerencias es actualizar la página web de la institución, en virtud de que tiene publicadas actividades del año 2020 como “actualidad”, es decir, demuestra desfase de tiempos.



- 13) ¿Sus aliados institucionales y de sociedad civil, con quienes coordina en los municipios o el departamento que se le asignó, apoyarían (o han apoyado) las publicaciones de las redes sociales de la UPCV al ser compartidas en sus redes sociales o por algún otro medio como el *WhatsApp*?

Figura 12 Gráfica pregunta No. 13

60 respuestas



Fuente: Elaboración propia

Al respecto de esta pregunta, 43 de los 60 encuestados, manifestaron que sus aliados estratégicos, con los que coordina las intervenciones en los municipios o el departamento que tiene asignado, pueden o han compartido las publicaciones institucionales de la UPCV, que el delegado o delegada comparte en sus cuentas. Esto se refiere a lo que se denomina “compartir lo compartido”.

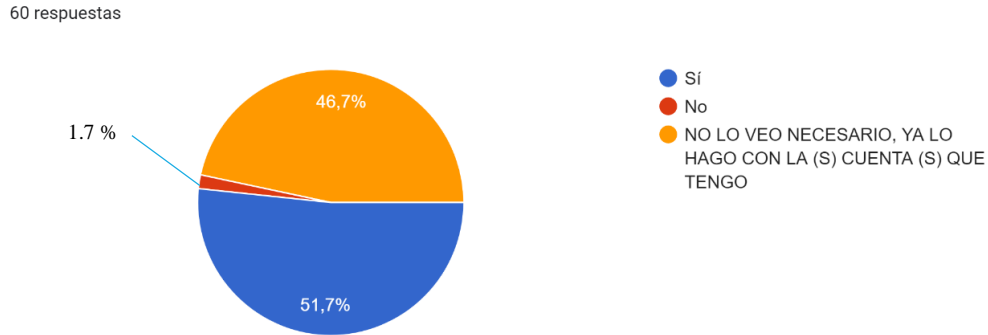
Esta cantidad de respuestas, que representa el 71.7 % representa una buena posibilidad de que los mensajes compartidos en las redes sociales del personal de campo lleguen a uno de los destinos planificados, que son los aliados externos de la institución. Aquellas autoridades departamentales, municipales o comunitarias, así como representantes de instancias de gobierno o privadas, y sociedad en general, que se encuentran dispersos en el país.

Hay que tomar en cuenta que 17 de los que respondieron, consideran que sus aliados en campo no van a ser entes multiplicadores de sus mensajes compartidos en las redes sociales personales de cada uno de los delegados de UPCV. Esto puede interpretarse como que el delegado no ha logrado fortalecer sus relaciones de confianza con los actores con lo que interactúa.



- 14) ¿Seguiría usted las cuentas, así como le daría “me gusta” y compartiría las publicaciones de las redes sociales de la UPCV a través de una cuenta alterna con su nombre?

Figura 13 Gráfica pregunta No. 14



Fuente: Elaboración propia

En esta última pregunta, 31 de 60 personas que respondieron la encuesta, manifestaron que “seguirían” las cuentas institucionales, les darían “me gusta” a las publicaciones, así como compartirían las mismas, desde una cuenta personal alterna con su nombre. Es decir, que preferirían no relacionar su vida privada con las actividades laborales en las que se desempeña.

Esto podría interpretarse que el equipo de campo considera importante interactuar con las publicaciones que se difunden en las redes sociales institucionales de la UPCV, así como darle mayor divulgación, pues de esa manera se pueden construir, fortalecer y mantener las relaciones interinstitucionales a nivel departamental, municipal y comunitario. Esto se puede lograr sin necesidad de que el colaborador tenga que limitarse en sus interacciones.

Además, 28 personas más consideran que no es necesario contar con una cuenta personal alterna, pues desde las ya existentes “sigue” a las cuentas institucionales de la organización. A este número de personas no les molesta relacionar su vida privada con los aspectos laborales que le puedan representar interactuar con las redes sociales de la UPCV y sus contactos o “amistades”.



### 1.18 FODA:

Algunos teóricos, expertos en diagnósticos organizacionales, se refieren al FODA como una clave importante para establecer las condiciones externas e internas del objeto de estudio; incluso, se le ha llegado a denominar “una herramienta que puede considerarse sencilla y permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada” (Ponce, 2006, p.2).

De acuerdo a lo observado, se propone el siguiente FODA sobre la situación observada en cuanto a la comunicación interna del Departamento de Organización Comunitaria para la Prevención, de la Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia. Cabe destacar, que la información recabada en las encuestas, así como la entrevista realizada, constituye un valioso aporte de la institución para esta investigación.

Tabla 1. FODA.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"><li>-Delegados antiguos cuentan con formación en cuanto a valores institucionales, misión y visión de la UPCV.</li><li>-La institución tiene cobertura a nivel nacional, por medio de sus delegados departamentales.</li><li>-Se tienen cuatro cuentas institucionales en redes sociales de mayor impacto (<i>Facebook, Twitter, Instagram y YouTube</i>).</li><li>-Existen canales internos de envío de textos y fotografías, donde los delegados comparten información sobre sus</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>-La institución es reconocida por las gobernaciones departamentales, municipalidades, organizaciones de sociedad civil y organizaciones no gubernamentales nacionales e internacionales.</li><li>-Apoyo de los aliados estratégicos en los territorios abordados, como gobernaciones departamentales, municipalidades, organizaciones de sociedad civil y organizaciones no gubernamentales nacionales e internacionales; las publicaciones de la UPCV las pueden</li></ul>



<p>actividades realizadas diariamente.</p> <p>-Se tienen definidas la misión y visión de la organización, así como los valores institucionales están definidos.</p> <p>-La institución cuenta, en su estructura orgánica, con un Departamento de Capacitación y Desarrollo Institucional, el cual se debe encargar de la profesionalización del recurso humano.</p>	<p>compartir estos aliados en sus redes sociales.</p> <p>-Aprovechamiento de las redes sociales del personal contratado, con funciones de delegado, considerando que sean entes multiplicadores para difundir los mensajes a mayor número de personas que integran sus redes de contactos.</p>
<p><b>DEBILIDADES</b></p>	<p><b>AMENAZAS</b></p>
<p>-Mala ortografía de los delegados, lo que hace que el material que envían tenga que ser editado con mucho cuidado, retrasando el proceso de su publicación.</p> <p>-Desconocimiento del personal de campo, de técnicas básicas de fotografía institucional, con lo cual se mejoraría la calidad de las imágenes que serán compartidas en las redes de la UPCV.</p> <p>-Falta de conocimiento de la misión y visión, así como de los valores institucionales, por parte del personal de reciente ingreso que, en referencia, es 50 % actualmente.</p> <p>-Las actividades publicadas en las redes sociales de la UPCV algunas veces no son editadas, analizadas y, por ende, no responden a los intereses institucionales.</p> <p>-Las publicaciones en redes sociales de la</p>	<p>-Que la institución sea percibida por los beneficiarios externos, así como por los aliados estratégicos en los distintos territorios del país, como una organización que carezca de una línea de comunicación estratégica.</p> <p>-Que las autoridades superiores del Ministerio de Gobernación y del Organismo Ejecutivo no cuenten con una imagen positiva de la institución, debido a la baja calidad de las publicaciones.</p> <p>-Que cuando se publique una información errónea en las redes sociales institucionales (una fotografía con un texto que no le corresponda, o con el nombre de la autoridad o del lugar mal escritos) reciba reclamos públicos entre los comentarios.</p> <p>-Perder la credibilidad que se ha logrado, en el público usuario de los servicios</p>



<p>UPCV pierden actualidad, lo cual repercute en la falta de interés del personal de campo y en los beneficiarios externos.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>-Alta carga de trabajo del personal que se encarga de nutrir las redes sociales de la organización, pues no solo se dedica a eso.</li><li>-La Sección de Comunicación Social de la institución tiene un nivel jerárquico menor a la que debería tener, pues depende de un departamento que se encarga de la planificación estratégica.</li><li>-Poco personal en la oficina de comunicación social.</li></ul>	<p>públicos que presta la UPCV.</p>
---	-------------------------------------

Fuente: Elaboración propia.

### 1.19 Problemas detectados:

Después de un profundo análisis e interpretación de la información obtenida, tanto por medio de las encuestas realizadas a los delegados y delegadas de las Secciones de Organización Metropolitana, Organización Departamental y Género y Multiculturalidad, así como la entrevista realizada a la encargada de la Sección de Comunicación Social de la UPCV, se puede mencionar que se han detectado los problemas siguientes:

1. Los delegados y delegadas de las Secciones de Organización Metropolitana, Organización Departamental y Género y Multiculturalidad comparten información (texto y fotografías) a la Sección de Comunicación Social por medio de grupos de chat en la red social *WhatsApp*, lo cual puede ser muy impersonal para los fines institucionales. Además, en su momento resulta una gran cantidad de información e imágenes que no siempre cuentan con la calidad necesaria (textos e



imágenes), lo cual resulta complicado ya que otros departamentos internos de la UPCV también comparten información de sus actividades a diario.

2. El personal de reciente ingreso del Departamento de Organización Comunitaria para la Prevención no cuenta con la capacitación suficiente para desarrollar sus funciones, o se ha visto desinteresado por conocer la filosofía institucional, en vista de que la misma se puede encontrar en la página web de la institución.

3. La página web ([www.upcv.gob.gt](http://www.upcv.gob.gt)) se encuentra desactualizada y sin mantenimiento. La institución debiera invertir en conservar todos sus canales de comunicación hacia la sociedad en estado óptimo.

4. El material de comunicación que sirve de base para las publicaciones institucionales, fruto de las actividades diarias que realizan en campo, y que es elaborado por los delegados, carece de calidad técnica, semántica, gramatical y de contenido (tanto textos como fotografías). Esto hace que el personal de la Sección de Comunicación Social deba invertir mucho tiempo en editar los textos y las imágenes.

5. Poco personal atiende las labores de la comunicación social de la institución, lo cual repercute en que baje la calidad de esta y ello no estimule a los colaboradores contratados como delegados y delegadas, para compartir e interactuar mediante las redes sociales y ser entes multiplicadores.

6. Algunas publicaciones en redes sociales de la UPCV se comparten con información errónea, es decir, la fotografía no corresponde al texto o viceversa. Asimismo, en muchas oportunidades han perdido actualidad, ya que se publican varios días después de realizadas las actividades.





## 1.20 Planteamiento del problema comunicacional:

Ante estas situaciones descritas en el numeral anterior, y tomando en cuenta el contenido del FODA elaborado para la presente investigación diagnóstica, es necesario plantear el problema de comunicación interna que está afectando actualmente el buen desempeño de las comunicaciones institucionales de la UPCV.

Además, es oportuno dar a conocer que la información obtenida a través de las herramientas de diagnóstico aplicadas, con un enfoque mixto al tratarse de un proceso de recolección cualitativo y cuantitativo, resultó ser de mucha ayuda e importancia, en vista de que fue proporcionada por el recurso humano que diariamente se ve involucrada en el proceso de generación de la información y procesamiento de la misma, antes de ser publicada en las redes sociales institucionales.

Por lo anterior, es necesario hacer el siguiente planteamiento del problema, relacionado a la comunicación interna de la Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia, a lo interno del Departamento de Organización Comunitaria para la Prevención, específicamente en las Secciones de Organización Metropolitana, Organización Departamental y Género y Multiculturalidad, y lo que atañe a la Sección de Comunicación Social de la misma:

¿Cuáles son las debilidades que deben corregirse al momento de generar información que alimenta las redes sociales institucionales de la Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia y qué aspectos deben fortalecerse en la Sección de Comunicación Social de dicha institución? En función de lo analizado anteriormente, se puede inferir que muchas de las debilidades giran en función de la falta de capacidad técnica del personal de campo para elaborar productos comunicacionales y el no contar con una estrategia para gestionar las redes sociales de la institución.



## 1.21 Indicadores de éxito:

Con el fin de asegurar una solución a las problemáticas detectadas en esta fase diagnóstica, acerca de la comunicación interna de las secciones que integran el departamento de Organización Comunitaria para la Prevención de la UPCV que son objeto de estudio, para facilitar la labor de la Sección de Comunicación Social, se deben considerar los siguientes indicadores de éxito:

1. La UPCV ya cuenta con cuatro cuentas institucionales en igual número de redes sociales, las más populares (*Facebook, Twitter, Instagram y YouTube*), las cuales se pueden mejorar y administrar de manera eficiente. Además, ya tiene en su estructura orgánica una sección que se dedica a la comunicación social.
2. Actualmente, se cuenta con cobertura nacional en materia de recurso humano del Departamento de Organización Comunitaria para la Prevención, lo cual hace que haya información sobre las actividades realizadas en todos los departamentos del país.
3. La UPCV cuenta con un departamento interno que se dedica al fortalecimiento institucional, lo que asegura que el recurso humano que tenga alguna debilidad en cuanto a sus capacidades y conocimiento de la filosofía institucional puede ser reforzado mediante el apoyo del personal de ese otro departamento.
4. El personal de campo (delegados y delegadas) tienen la oportunidad de generar o recuperar la confianza de sus aliados estratégicos institucionales y de sociedad civil en los territorios atendidos, mediante acciones positivas y el manejo adecuado e interacción con las publicaciones en las redes sociales de la UPCV.
5. El apoyo de las autoridades superiores de la UPCV, la accesibilidad que tienen para atender y escuchar a los subalternos, el involucramiento de las autoridades en los aspectos de comunicación institucional, así como la disposición al cambio, con el fin de mejorar constantemente los



productos comunicacionales que se elaboran a diario, es una condición que no es común encontrar en una dependencia del gobierno.

### 1.22 Proyecto a desarrollar:

Con todo lo anterior, tanto la información obtenida para caracterizar la institución, como la que se recopiló mediante la aplicación de encuestas *online*, así como por medio del desarrollo de una entrevista estructurada, se propone la ejecución del siguiente proyecto comunicacional:

“Fortalecimiento de las capacidades en materia de comunicación social del personal de campo del Departamento de Organización Comunitaria para la Prevención de la UPCV y elaboración de una estrategia para el manejo de redes sociales institucionales”.



## Capítulo 2

### 2. Plan Estratégico de Comunicación

#### 2.1. Descripción técnica del Plan Estratégico de Comunicación:

Para entender el papel importante que resulta construir un plan estratégico de comunicación para la Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia, con el cual se pretenda mejorar la generación de información de parte del personal de campo y la utilización de la misma por parte de la Sección de Comunicación Social, se debe iniciar con la delimitación teórica de lo que es comunicación organizacional.

“En primer lugar, la comunicación es un fenómeno que se da naturalmente en toda organización, (...) No es posible imaginar una organización sin comunicación” (Fernández, 2002, p. 11). Al ser un efecto de la integración de seres humanos, es por lo tanto, una actividad que requiere de procesos sistemáticos de planificación, evaluación, mejoramiento y tecnificación.

Asimismo, se considera una “disciplina cuyo objeto de estudio es, precisamente, la forma en que se da el fenómeno de la comunicación dentro de las organizaciones, y entre éstas y su medio” (Fernández, 2002, p. 12). Para ello requiere de innumerables estudios internos de cómo fluye la comunicación interna, así como la comunicación hacia el exterior de la misma. Se deben analizar los procesos favorables, así como los que provocan una reacción contraria.

Como tercera acepción, se puede mencionar que la comunicación es un “conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes (..) a influir en las opiniones, actitudes y conductas de los públicos internos y externos” (Fernández, 2002, p. 12). Si bien, es un proceso que exige cuidar la forma cómo se generan los mensajes, también requiere atención a lo que se dice o se piensa de la organización desde afuera.



Desde esta última definición, se puede analizar que la comunicación organizacional se puede dar desde dos espacios puntuales. La comunicación organizacional interna y la externa. Estas dos, aunque distintas, se vuelven complementarias al servir ambas para mejorar la imagen de la organización. En la primera se tiene como objetivo la buena relación entre los miembros de esta; la segunda, se enfoca en las relaciones con los públicos, proyectando una imagen favorable.

La elaboración del diagnóstico de comunicación suscitó acciones de recolección de información cualitativa y cuantitativa. Por un lado, se aplicó una encuesta de opinión al equipo de campo, en la cual se determinaron las debilidades y necesidades con que se cuentan, así como las recomendaciones que como equipo de campo proponían con el fin de mejorar los productos de comunicación que se publican en redes sociales.

Por el otro, se obtuvo información importante de parte de la encargada de la Sección de Comunicación Social, con el fin de entender cómo funciona el proceso de la construcción de mensajes y su posterior publicación. Asimismo, también se pudo verificar que los mensajes enviados por el personal de campo carecen de la calidad necesaria, lo que repercute en el atraso de las publicaciones; además, del poco personal que forma parte de dicha sección.

Ante estos problemas detectados, se procederá como parte de la ejecución de este Ejercicio Profesional Supervisado, a implementar un proceso de mejoramiento de las capacidades comunicativas del personal de campo de la Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia, mediante talleres participativos, utilizando metodología constructivista. Para ello, se ha solicitado y aprobado la implementación de la realización de los mismos en las reuniones mensuales que se tienen con el personal de campo, de manera presencial.

Estos talleres se realizarán cumpliendo con las recomendaciones que están emitidas por el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, respecto a las medidas de bioseguridad para evitar los contagios del virus SARS COV-2, comúnmente denominado COVID-19. Ante la situación de salud nacional, el grupo de delegados y delegadas integrantes de las tres secciones es



convocado en tres grupos distintos, para evitar las aglomeraciones. Esto representará impartir el mismo contenido tres veces, a distinto grupo.

Por su parte, en cuanto a la propuesta de crear una estrategia para el manejo de las redes sociales de la institución, se procederá a realizar una investigación documental sobre los distintos tipos de redes sociales, así como desarrollar la estrategia mencionada, con contenido que aporte calidad y actualidad, así como refuerce la imagen institucional. La aplicación de esta estrategia repercutirá en la respuesta de apoyo de los colaboradores en ser entes multiplicadores de los mensajes publicados en redes sociales.

## 2.2. Misión del plan estratégico de comunicación:

Aportar soluciones prácticas de comunicación social a la UPCV y mejorar la calidad de la producción de material comunicativo que refleje las actividades realizadas a nivel nacional y sean publicadas con la prontitud y objetividad que se necesita.

## 2.3. Visión del plan estratégico de comunicación:

Fortalecer al equipo conformado por el personal de campo de la UPCV, hasta el aprovechamiento en la Sección de Comunicación Social, promoviendo la prevención de la violencia y la convivencia pacífica por medio de sus redes sociales.

## 2.4. Elementos comunicacionales:

El término comunicación proviene de la voz latina *comunicare*, que significa “poner en común”. Esto se entiende como la manera en que un ser humano manifiesta sus pensamientos, emociones, sentimientos, deseos y necesidades, mediante la transmisión de mensajes. Se entiende como la “forma de ponerse en contacto con otros mediante la transmisión de ideas, hechos, pensamientos,



sentimientos y valores. Su objetivo es que el receptor entienda el mensaje tal como lo pretende el emisor” (Portilla, 2014, p. 8).

## 2.4.1 Comunicación organizacional

Guzmán menciona que la comunicación organizacional “se define como el intercambio de información dentro y fuera de una empresa con un fin previamente planificado; se utiliza para vertebrar los distintos procesos de comunicación de las empresas e instituciones” (2012, p. 70). Este tipo de comunicación debe ser cuidadosamente gestionado, pues se trata de mejorar la imagen, las ventas, las interacciones o la respuesta del público hacia determinada empresa u organización.

Para llevar a cabo la comunicación organizacional, es necesario que se cuente con los objetivos de la empresa o institución bien planteados, así como la misión y visión estratégicas que marquen el rumbo que se debe seguir para conseguir los fines. Además, es necesario que el recurso humano que dirija el proceso comunicativo se encuentre profesionalizado y empoderado de la filosofía organizacional.

### 2.4.1.1 Comunicación Interna:

Dentro de la comunicación organizacional se debe mencionar a la comunicación interna; Guzmán la define como el “conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización, para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados” (2012, p. 72). Este tipo de comunicación refleja las relaciones que se mantienen entre directivos y empleados, así como entre pares a los distintos niveles.

Por lo consiguiente, Ponce menciona que “las herramientas de comunicación interna se dividen en dos: la comunicación ascendente que es la que se realiza desde abajo hacia arriba de la



jerarquía empresarial y la comunicación descendente que se realiza desde arriba hacia abajo” (2014, p. 29); sin embargo, en este caso, la comunicación no es de ninguno de esos tipos, sino horizontal.

En el caso del estudio realizado en la UPCV, la comunicación interna que se estará atendiendo en la estrategia de comunicación es la que ocurre entre el equipo de campo del departamento de Organización Comunitaria para la Prevención y el equipo de la sección de Comunicación Social, en virtud de que de la buena producción de mensajes de los primeros depende la buena utilización de los mismos por los segundos.

#### 2.4.1.2 Comunicación externa:

En cuanto a la comunicación externa, Guzmán menciona lo siguiente: “es el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos (accionistas, proveedores, clientes, distribuidores, autoridades gubernamentales, medios de comunicación, etc.)” (2012, p. 71). La misma es difundida por distintos canales físicos y digitales, con el fin de llegar al público externo con distintos objetivos.

En ese sentido, se debe resaltar que, en el caso del diagnóstico elaborado para la Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia, debe mejorarse la producción de los mensajes que el personal de campo elabora, con los cuales dan a conocer sus actividades realizadas en sus áreas de trabajo (los 22 departamentos del país). Ellos y ellas diariamente atienden actividades que responden a la metodología de intervención de la institución, además, coordinan con instancias de gobierno, central o municipal, y con sociedad civil.

#### 2.4.2 El ciclo de la comunicación:

Para que un proceso de comunicación se desarrolle de la mejor manera, es necesario conocer el ciclo que involucra los distintos elementos de la comunicación. Este proceso cíclico tiene un





origen, que es de donde parten en primer lugar las ideas. Este elemento es conocido como El Emisor. Este sujeto, que puede ser una persona o una organización, es de donde parte el mensaje inicial, el cual lleva como objetivo provocar algún cambio en el otro sujeto del ciclo, El Receptor, el cual también puede ser una persona o un conglomerado.

Entre ambos sujetos individuales o colectivos, se dispondrá de varios elementos, de los que hemos mencionado ya al Mensaje. Éste es el propósito final del emisor, es el interés de haber iniciado el referido ciclo. El mensaje reúne la calidad de llevar consigo la intención oculta o clara de lo que se pretende comunicar. Además, debe ser estructurado en un código que sea común entre las partes, para que sea interpretado por el o los receptores, tal como el emisor quiso que llegara.

El Canal en el que se transmite el mensaje es cualquier medio por el que se da a conocer la idea. Sea éste escrito, oral, dibujo, fotografía, música, pintura, sonidos, etc. También, puede considerarse el medio físico por el cual llega el mensaje, en este sentido, puede considerarse como canal a la radio, la televisión, el periódico impreso, el sistema de sonido que incluye micrófono, consola y bocinas, entre otros.

Estos elementos mencionados anteriormente, pueden ser interrumpidos en cualquiera de sus momentos de interacción por los Ruidos de la comunicación, que pueden ser de distinta naturaleza. Por ejemplo, si el mensaje escrito llega con algunas faltas de ortografía o con inconsistencias gramaticales, el mismo no será entendido. O bien, si el audio que contiene el mensaje es interrumpido por un fuerte ruido. Una imagen que contiene una fotografía se observa borrosa o muy lejos; todas estas debilidades suelen denominarse ruidos.

Además, el hecho de que el receptor tenga impedimentos de expresarse, en determinado tema o lenguaje, o bien que el receptor no conozca del todo el código en el que se le traslada el mensaje, esto también puede constituir en ruidos de la comunicación. Todo esto ocurre dentro de un Contexto determinado, que también puede condicionar el mensaje y la Respuesta que el receptor le enviará al emisor como resultado de su descodificación.



Esto último ocurre cuando los papeles se intercambian, y el receptor se convierte en emisor y el emisor toma el papel de receptor, provocando así que el ciclo, muchas veces interminable, se desarrolle. En consecuencia, el ciclo de la comunicación es un proceso ininterrumpido de relaciones entre seres humanos, entre organizaciones y entre ambos. Es por ello, que es sumamente importante revisar cada uno de los elementos para detectar dónde se encuentran los ruidos de la comunicación que bloquean un buen resultado.

Uno de los ciclos de comunicación que se está analizando, es el que se genera entre los delegados y delegadas, así como las asesoras de género y multiculturalidad del Departamento de Organización Comunitaria para la Prevención, con el personal de la Sección de Comunicación Social. Entre ambos equipos se propone que mejoren las capacidades mediante talleres de formación, así como una estrategia para el manejo de redes sociales.

En tal sentido, los emisores de mensajes (personal de campo) deben corregir el modo en que están utilizando los códigos con los que comunican (idioma castellano y fotografías), en vista de que es una de las observaciones que en la oficina de Comunicación Social de la institución resaltó, siendo los receptores de tal información. El ruido de la comunicación que genera la mala calidad de los textos o de las fotografías impide que se obtenga el resultado deseado.

Además, muchas veces el personal de la sección de comunicación no tiene claridad de los distintos contextos en los que se realizan las múltiples actividades del personal de campo. Esto perjudica en la interpretación de los mensajes que reciben, pues al ser muchos, representa un gran reto el pretender editar y mejorar todos los que se reciben diariamente. Lo mismo sucede con las fotografías, pues, aunque el texto muchas veces esté adecuado, la fotografía no llena las calidades, o viceversa, considerados como ruidos de la comunicación.

El segundo ciclo de comunicación analizado es el que se genera desde la publicación de las distintas actividades realizadas por el personal de campo en las redes sociales de la institución. En este caso, el personal de comunicación social se convierte en emisor de mensajes



institucionales, esto por medio de las distintas cuentas que tiene la UPCV en *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* y *Youtube*, que resultarán siendo los canales por los que se emiten los mensajes.

El personal de campo ha mencionado que muchas veces los mensajes han perdido actualidad o son publicados sin corresponder el texto a la fotografía o al contrario. Estas inconsistencias provocan que los mismos colaboradores de la institución se vean resistentes a seguir las redes sociales, interactuar con ellas y servir de entes multiplicadores de los mensajes institucionales que se difunden. No se da una de las respuestas esperadas, la del público interno.

El presente plan estratégico de comunicación buscará mejorar la comunicación interna que se desarrolla en la UPCV, con el fin de crear un mejor ambiente de intercambio de mensajes (desde el personal de campo hacia el personal de comunicación social), así como la difusión que el mismo personal de campo de la institución hará de las publicaciones que son colocadas en las distintas redes sociales institucionales, como entes multiplicadores.

## 2.5. Alcances y límites de la estrategia

Como parte de la aplicación del presente Plan Estratégico de Comunicación para la Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia, se establecen los siguientes alcances que se esperan obtener, pero también se han detectado limitaciones al respecto:

### 2.5.1 Alcances

Por una parte, se espera que el personal de campo, conformado por delegados y delegadas, así como asesoras de género y multiculturalidad, cuente con una actualización de contenidos en materia de producción de mensajes institucionales con mayor calidad y objetividad. Esto se buscará mediante la realización de talleres de capacitación dirigidos al personal de campo.

Además, el gestionar una estrategia de manejo de redes sociales, permitirá que el personal de la sección de comunicación social tenga una herramienta que le ayude a definir los criterios



institucionales para el manejo de sus plataformas sociales. Esto permitirá aprovechar al máximo el alcance de las mismas, los públicos a los que llegan y el apoyo en la difusión que el personal de campo podrá brindar, como entes multiplicadores de los mensajes.

### 2.5.2 Limitaciones

En primer lugar, una de las limitaciones que puede existir para que el resultado de este plan estratégico de comunicación no se logre puede ser la disposición del personal de campo de la UPCV en recibir y comprender los contenidos que se les actualicen, como parte de los talleres de formación. Esto puede tener una razón actitudinal.

Por otro lado, la falta de identificación con la organización en parte del personal de campo, o desconocimiento de la filosofía institucional, misión, visión y valores en el de reciente ingreso, pueden representar limitaciones al momento de que cada uno y una se desempeñe en lo individual ante sus tareas de campo. El no tener claridad de las funciones a realizar, así como desconocer el mandato institucional y lo importante de que sus reportes de trabajo lo reflejen, hará que la producción de esos mensajes no sea la requerida.

También, es de tomar en cuenta que la Sección de Comunicación Social durante el mes de junio fue fortalecido con personal de reciente ingreso, dentro del cual habrá una persona que se dedicará específicamente al manejo de las redes sociales. El inconveniente que puede darse en este caso es que haga falta la inducción en cuanto al mandato institucional y la particularidad de las acciones que ejecuta el equipo de campo, con la finalidad de interpretar los reportes recibidos.

Otra limitación que puede afectar el desempeño del equipo de comunicación es acerca de la cantidad de reportes y fotografías que reciben diariamente del personal del Departamento de Organización Comunitaria, así como de los otros departamentos que desarrollan acciones de prevención de la violencia, pues mientras más reportes hay, mayor debe ser el criterio de selección para publicar. Incluso, que esta selección se haga adecuadamente para cada red social, según las características particulares de cada una.



## 2.6 Metodología para la aplicación de la estrategia comunicacional:

Con el fin de implementar el presente plan estratégico de comunicación, para mejorar la comunicación interna del Departamento de Organización Comunitaria para la Prevención de la UPCV, y el buen uso del material de comunicación por parte de la Sección de Comunicación Social, se propone la siguiente metodología participativa para desarrollar talleres de formación o actualización, además, elaborar una estrategia de uso de redes sociales institucionales.

### 2.6.1 Objetivo general y específicos

Para el presente plan estratégico de comunicación se plantean los siguientes objetivos general y específicos, respectivamente, que marcarán la ruta a seguir:

#### 2.6.1.1 Objetivo General:

Mejorar la comunicación interna del Departamento de Organización Comunitaria para la Prevención de la UPCV y del uso oportuno de los mensajes producidos por el personal de campo en las redes sociales institucionales.

#### 2.6.1.2 Objetivos específicos:

Desarrollar metodología andragógica participativa para que se actualicen contenidos en materia de comunicación social al personal de campo de la UPCV, basada en teorías constructivistas.

Promover la identificación del personal de campo de la UPCV con el fin de que conozcan la misión, visión y valores institucionales.

Optimizar el manejo de las redes sociales institucionales de la UPCV.



## 2.6 2. Acciones para conseguir los objetivos

Con el fin de diseñar la metodología para la implementación de los talleres de formación en temas de comunicación social, dirigidos al personal de campo para mejorar los productos comunicacionales, se identificarán los contenidos necesarios en que serán capacitados, los cuales deberán cumplir con mejorar las habilidades de redacción, fotografía e imagen institucional, entre otras.

Además, se estarán reforzando constantemente, como parte del contenido de los talleres y actividades diversas, el conocimiento de la misión, visión y valores institucionales en el personal de campo de la UPCV, con la finalidad de que se haga común el conocerlas, escucharlas y, como resultado, practicarlas. Esta constancia permitirá que el personal de reciente ingreso se vaya identificando con la filosofía institucional.

Para contribuir con el manejo de la comunicación institucional, también se elaborará una estrategia para el manejo de las distintas redes sociales institucionales. En este sentido, se considerarán los aspectos técnicos y teóricos del manejo de redes sociales, así como las fortalezas con que cuenta la institución en materia de éstas. Es preciso aclarar que dicha guía será consensuada con la Sección de Comunicación Social, previo a tener la versión final.

## 2.6.3 Los indicadores para medir su cumplimiento

Para determinar la efectividad de las acciones establecidas en el presente plan estratégico de comunicación, se establecerán determinados indicadores de éxito, los cuales representarán los pequeños logros que serán fijados para estimar el avance de las actividades contempladas. Para el efecto se mencionan los indicadores siguientes:

Indicador no. 1: Número de delegados y delegadas, así como asesoras de género y multiculturalidad que han sido capacitados o actualizados en las temáticas de comunicación



social y en la filosofía institucional. Se espera que sea el cien por ciento del personal de campo del Departamento de Organización Comunitaria para la Prevención.

Indicador no. 2: Cantidad de talleres facilitados al equipo de campo, en subgrupos, debido a las condiciones sanitarias producto de la pandemia COVID-19. Estos talleres responderán a las necesidades identificadas en el diagnóstico.

Indicador no. 3: Contar con una estrategia de manejo de redes sociales institucionales elaborada como parte del presente plan estratégico de comunicación y aprobada por la Sección de Comunicación Social de la UPCV.

#### 2.6.4 Los instrumentos:

Para el cumplimiento del presente plan estratégico de comunicación se establecerá temporalidades para ir gestionando las acciones estratégicas que responderán a los objetivos y fines de este. Esto se verá condicionado por varios factores que pueden variar los resultados esperados, así como por las limitantes que vaya imponiendo la pandemia del virus SARS-COV-2, comúnmente llamada COVID-19.

Talleres de formación: En cuanto a los talleres definidos en los indicadores para medir el cumplimiento del plan, se entiende como actividades de formación que responderán a técnicas participativas de actualización de contenidos, utilizando metodologías constructivistas donde cada sujeto participante es considerado como una persona que tiene conocimientos y experiencias previas, además de utilizar el lema “aprender haciendo”.

Estos talleres estarán condicionados a ocurrir las veces que el personal de campo, que reside en los distintos departamentos del país, sea convocado por sus jefes para reuniones de equipo de manera mensual y presencial (o virtual en su defecto). Se dio inicio al proceso de fortalecimiento de las capacidades del personal en el mes de junio 2021, los otros talleres se



realizarán de manera virtual o presencial cuando haya disponibilidad de tiempo y autorización.

En total, serán tres sesiones de formación.

Estrategia de manejo de redes sociales institucionales: La construcción de esta estrategia dará tratamiento a las debilidades detectadas en las redes sociales institucionales, en vista de que se evidenciaron inconsistencias en las publicaciones, así como retraso en las mismas. Esta estrategia será elaborada entre los meses de agosto a octubre 2021 con la finalidad de que sea aprobada por la sección responsable de la comunicación social institucional.

El propósito de laborar la estrategia es que el personal de la sección de comunicación social de la UPCV cuente con un referente para publicar las distintas actividades que desarrolla el personal de campo en las redes sociales, de acuerdo con el público objetivo al que se dirija la comunicación. Además, será un apoyo para contar con criterios de elección del contenido que se difundirá.

Tanto las actividades de formación como la elaboración de la estrategia de manejo de redes sociales se ejecutarán en el tiempo sugerido en el cronograma, sin embargo, debido a las condiciones que la pandemia vaya permitiendo, así como los distintos requerimientos institucionales que requieran que el personal de campo dedique considerable cantidad de tiempo, podrían verse algunos cambios en su ejecución.

### 2.6.5 Actividades para la operatividad de la estrategia:

Respondiendo a los problemas identificados en la fase diagnóstica de la presente investigación, se establecen las siguientes actividades comunicacionales, que servirán para corregir deficiencias institucionales, así como para fortalecer el intercambio interno de productos de comunicación y su final publicación en las redes sociales institucionales. Para el efecto, se enlistan las siguientes actividades propuestas:





### 2.6.5.1 Talleres sobre aspectos comunicacionales:

Tabla 2. Propuesta 1.

Estrategia	Descripción
<b>Problema</b>	Baja calidad en la elaboración de productos comunicacionales de parte del personal de campo de la UPCV.
<b>Producto</b>	Talleres participativos de formación. (Ver Anexo No. 3)
<b>Objetivo específico del plan estratégico de comunicación</b>	Desarrollar metodología andragógica participativa que permitirá actualizar contenidos en materia de comunicación social al personal de campo de la UPCV, basada en teorías constructivistas.
<b>Beneficiarios</b>	Delegados metropolitanos y departamentales. Asesoras de Género y Multiculturalidad.
<b>Duración</b>	Tres sesiones

Fuente: Elaboración propia.

### 2.6.5.2 Identificación con los valores institucionales:

Tabla 3. Propuesta 2.

Estrategia	Descripción
<b>Problema</b>	Personal de reciente ingreso no se identifica con los valores institucionales, entre ellos: misión, visión y valores.
<b>Producto</b>	Incorporación de la filosofía institucional en las actividades, como contenidos de apoyo.
<b>Objetivo específico del plan estratégico de comunicación</b>	Promover la identificación del personal de campo de la UPCV con el fin de que conozcan la misión, visión y valores institucionales.
<b>Beneficiarios</b>	Delegados metropolitanos y departamentales. Asesoras de Género y Multiculturalidad.



<b>Duración</b>	Durante las sesiones de los talleres de formación se incorporará dicho contenido.
-----------------	---

Fuente: Elaboración propia.

### 2.6.5.3 Estrategia de manejo de redes sociales institucionales:

Tabla 4. Propuesta 3.

Estrategia	Descripción
<b>Problema</b>	Las publicaciones en redes sociales de la UPCV tienen inconsistencias comunicacionales.
<b>Producto</b>	Elaboración de la estrategia de manejo de redes sociales.
<b>Objetivo específico del plan estratégico de comunicación</b>	Optimizar el manejo de las redes sociales institucionales de la UPCV.
<b>Beneficiarios</b>	Sección de Comunicación Social de la UPCV, así como la institución en general.
<b>Duración</b>	Entre los meses de agosto a octubre de 2021 será elaborada la estrategia de manejo de redes sociales institucionales.

Fuente: Elaboración propia.

### 2.7 Financiamiento:

Respecto al desarrollo de los talleres de formación o actualización de contenidos de comunicación que se determinaron como una de las posibles soluciones a la comunicación interna del Departamento de Organización Comunitaria para la Prevención de la UPCV, éstos serán impartidos por el estudiante epesista, en virtud de que a través de su formación académica y su experiencia como profesional de la comunicación ha adquirido los conocimientos necesarios.

Asimismo, en cuanto a la construcción de la estrategia de manejo de redes sociales institucionales, será elaborada también por el estudiante epesista, como un aporte a la institución



en materia de mejorar su comunicación externa. Ambos productos comunicacionales no representarán costo alguno para la organización, en virtud de que se considera un acuerdo entre la Universidad de San Carlos de Guatemala y la UPCV, al permitir ésta última que el estudiante desarrolle su Ejercicio Profesional Supervisado. Todos los costos del proyecto serán cubiertos por el estudiante.

## 2.8 Presupuesto:

Tabla 5. Presupuesto detallado.

No.	Descripción	Cantidad	Horas/hombre	Costo unitario	Costo total
<b>1. Talleres participativos de formación</b>					
1.1	Preparación de talleres participativos de formación	3	1.5	Q 50.00	Q 225.00
1.2	Desarrollo de talleres participativos de formación	9	1.5	Q 50.00	Q 675.00
1.3	Materiales de oficina				
	Resma de papel	1		Q 35.00	Q 35.00
	Fotocopias	450		Q 1.00	Q 450.00
	Bolígrafos	225		Q 1.25	Q 281.25
1.4	Equipo				
	Alquiler de cañonera	9		Q 75.00	Q 675.00
	<b>Subtotal</b>				<b>Q 2,341.25</b>
<b>2. Identificación con los valores institucionales</b>					
2.1	Vinculación de los valores institucionales en el contenido de talleres participativos	3	1.5	Q 50.00	Q 225.00
	<b>Subtotal</b>				<b>Q 225.00</b>



3. Estrategia de manejo de redes sociales institucionales					
3.1	Proceso de investigación documental para la elaboración de la estrategia	1	15	Q 50.00	Q 750.00
3.2	Diseño de estrategia para el manejo de redes sociales	1	35	Q 50.00	1,750.00
3.3	Presentación y aprobación ante la Sección de Comunicación Social de la UPCV	1	3	Q 50.00	Q 150.00
3.4	Equipo				
	Alquiler de cañonera	1		Q 75.00	Q 75.00
	<b>Subtotal</b>				<b>Q 2,725.00</b>
	<b>Gran Total</b>				<b>Q 5,291.25</b>

Fuente: Elaboración propia.

## 2.9 Beneficiarios

La implementación del presente plan estratégico de comunicación, que busca mejorar la comunicación interna del Departamento de Organización Comunitaria para la Prevención de la UPCV, beneficiará directamente al personal de campo de dicho departamento, elevando sus capacidades técnicas. En total serán setenta y dos (72) personas que prestan servicios a la institución y que residen en los 22 departamentos del país.

Además, mejorará las publicaciones en redes sociales institucionales que realiza el personal de la Sección de Comunicación Social, el cual fue incrementado de tres personas que prestaban servicios hasta el mes de mayo 2021, a seis personas a partir del mes de junio del presente año. Este personal se beneficiará directamente con la elaboración e implementación de la estrategia de manejo de redes sociales institucionales.



Asimismo, al servir como precedente este proceso de investigación acerca de la comunicación interna de un departamento de la UPCV, los talleres de formación podrán replicarse en los demás departamentos que ejecutan labores de campo, por ejemplo: el Departamento de Capacitación y Desarrollo Institucional y el Departamento de Organización para la Prevención de la Violencia Juvenil.

Indirectamente, se podrá ver beneficiado el público que lee e interactúa en las redes sociales de la UPCV, quienes siguen las mismas y por medio de ellas se enteran de las actividades y acciones que la institución está realizando. Por último, beneficiará a futuros profesionales de la comunicación que elijan estudios técnicos y científicos implementados en instituciones estatales, con el fin de mejorar la comunicación interna.

## 2.10 Recursos Humanos

Para la ejecución del presente plan estratégico de comunicación de la UPCV, se estarán involucrando diversos puestos internos de la institución con el fin de viabilizar las acciones, autorizar las mismas y participar en las capacitaciones y presentaciones ejecutivas que el estudiante del EPS realizará. A continuación, un listado de los puestos que estarán siendo tomados en cuenta para el desarrollo del plan de comunicación:

Tabla 6. Puesto Jefe de Departamento.

Puesto	Jefe del Departamento de Organización Comunitaria para la Prevención
Departamento o Sección	Departamento de Organización Comunitaria para la Prevención
Funciones principales	-Planificar, organizar, dirigir y supervisar las actividades del Departamento. -Definir y establecer lineamientos, estrategias y recomendaciones para que las y los delegados asuman el rol de orientación, asesoría técnica y



	estratégica en el marco de la prevención de la violencia en los niveles de intervenciones regionales, departamentales, municipales y comunitarias.
Involucramiento en el plan	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Autorizar las actividades del EPS.</li> <li>-Conocer el diagnóstico de comunicación y aprobar el plan de implementación.</li> <li>-Convocar al personal de campo del departamento para las actividades de formación o capacitación.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 7. Puesto de Delegado (a) Metropolitano.

Puesto	Delegado (a) Metropolitano
Departamento o Sección	Sección de Organización Metropolitana
Funciones principales	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Presentar informes de la intervención en prevención social, situacional y percepción de inseguridad a requerimiento del despacho del jefe del Departamento de Organización Comunitaria para la Prevención.</li> <li>-Promover la identificación de las buenas prácticas y la mejora continua de los procesos de trabajo de la Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia.</li> </ul>
Involucramiento en el plan	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Participar activamente en los talleres de formación o capacitación.</li> <li>-Implementar los contenidos brindados en los talleres de formación en sus actividades laborales diarias.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 8. Puesto de Delegado (a) Departamental.

Puesto	Delegado (a) Departamental
Departamento o Sección	Sección de Organización Departamental
Funciones	-Presentar informes de gestión, de planes, políticas y/o estrategias locales



principales	<p>de seguridad ciudadana y prevención de la violencia a requerimiento del despacho del jefe del Departamento de Organización Comunitaria para la Prevención.</p> <p>-Promover la identificación de las buenas prácticas y la mejora continua de los procesos de trabajo de la Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia.</p>
Involucramiento en el plan	<p>-Participar activamente en los talleres de formación o capacitación.</p> <p>-Implementar los contenidos brindados en los talleres de formación en sus actividades laborales diarias.</p>

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 9. Puesto Asesora de Género y Multiculturalidad.

Puesto	Asesora de Género y Multiculturalidad
Departamento o Sección	Sección de Género y Multiculturalidad
Funciones principales	<p>-Coordinar con la Sección de Comunicación Social, la inclusión de programas y campañas de comunicación, que incluyan contenidos que promuevan la igualdad entre hombres y mujeres, la erradicación de la violencia de género, de roles y estereotipos que fomenten cualquier forma de discriminación.</p> <p>-Promover la identificación de las buenas prácticas y la mejora continua de los procesos de trabajo de la Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia.</p>
Involucramiento en el plan	<p>-Participar activamente en los talleres de formación o capacitación.</p> <p>-Implementar los contenidos brindados en los talleres de formación en sus actividades laborales diarias.</p>

Fuente: Elaboración propia.



Tabla 10. Puesto Encargada Sección de Comunicación Social.

Puesto	Encargada de Comunicación Social
Departamento o Sección	Sección de Comunicación Social
Funciones principales	<ul style="list-style-type: none"><li>-Publicitar los planes, programas y proyectos de prevención de la violencia y el delito, por los medios que se tengan al alcance.</li><li>-Promover la identificación de las buenas prácticas y la mejora continua de los procesos de trabajo de la Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia.</li></ul>
Involucramiento en el plan	<ul style="list-style-type: none"><li>-Conocer el contenido del diagnóstico de comunicación.</li><li>-Facilitar aportes para enriquecer el contenido de los talleres de formación o capacitación.</li><li>-Brindar aportes para la construcción de la estrategia para el manejo de redes sociales institucionales.</li><li>-Aprobar la estrategia para el manejo de redes sociales institucionales.</li></ul>

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 11. Puesto Epesista de la ECC.

Puesto	Epesista de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC
Departamento o Sección	N/A
Funciones principales	<ul style="list-style-type: none"><li>-Aplicar los conocimientos adquiridos en la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación para abordar los problemas detectados.</li></ul>
Involucramiento en el plan	<ul style="list-style-type: none"><li>-Elaborar el diagnóstico de comunicación y el plan estratégico de comunicación.</li><li>-Planificar, diseñar y desarrollar los talleres de formación o capacitación.</li><li>-Elaborar la estrategia para el manejo de redes sociales institucionales.</li></ul>

Fuente: Elaboración propia.





## 2.11 Área Geográfica de Acción:

En virtud de que la Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia tiene sus oficinas centrales en la ciudad de Guatemala, aunque el personal de campo cumpla sus funciones asignadas en los departamentos en donde reside cada quién, la ejecución del presente plan estratégico de comunicación será en el municipio de Guatemala, departamento de Guatemala.

Cabe mencionar que por medidas de prevención ante la propagación del virus SARS-COV-2, comúnmente denominado COVID-19, para el cumplimiento del presente Ejercicio Profesional Supervisado no se han considerado visitas de campo al interior de la república. Incluso, si las condiciones sanitarias impiden reuniones presenciales, se deberán realizar actividades o sesiones de manera virtual.



## 2.12 Cuadro comparativo de la Estrategia:

Tabla 12. Cuadro comparativo de la Estrategia.

Actividad o producto comunicacional	Objetivos específicos	Presupuesto	Recurso humano	Área geográfica de Impacto	Beneficiarios	Fecha de ejecución
1) Talleres participativos de formación.	Desarrollar metodología andragógica participativa para que se actualicen contenidos en materia de comunicación social al personal de campo de la UPCV, basada en teorías constructivistas.	Q 2,341.25	Epesista de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC.	El personal de campo reside y labora en los 22 departamentos del territorio nacional.	-Delegados (as) Metropolitanos. -Delegados (as) Departamentales. -Asesoras de Género y Multiculturalidad	Meses de junio, julio y agosto 2021, o según disponibilidad de convocatoria.
2) Incorporación de la filosofía	Promover la identificación del personal de campo	Q 225.00	Epesista de la Escuela de Ciencias de la	El personal de campo reside y labora en los 22	-Delegados (as) Metropolitanos. -Delegados (as)	Meses de junio, julio y agosto 2021,



Actividad o producto comunicacional	Objetivos específicos	Presupuesto	Recurso humano	Área geográfica de Impacto	Beneficiarios	Fecha de ejecución
institucional en las actividades, como contenidos de apoyo.	de la UPCV con el fin de que conozcan la misión, visión y valores institucionales.		Comunicación, USAC.	departamentos del territorio nacional.	Departamentales. -Asesoras de Género y Multiculturalidad	o según disponibilidad de convocatoria.
3) Elaboración de la estrategia de manejo de redes sociales.	Optimizar el manejo de las redes sociales institucionales de la UPCV.	Q 2,725.00	-Epesista de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC.  -Encargada de la Sección de Comunicación Social de la UPCV	La institución tiene actividades en todo el territorio nacional.  Las redes sociales institucionales no tienen límites geográficos	-Integrantes de la Sección de Comunicación Social.	Meses de agosto a octubre 2021.

Fuente: Elaboración propia.



## 2.13 Cronograma del Plan de Comunicación

Tabla 13. Cronograma del Plan de Comunicación.

		EJECUCIÓN POR SEMANAS (AÑO 2021)																	
Actividad	Resultado esperado	JUNIO		JULIO					AGOSTO					SEPTIEMBRE				OCTUBRE	
1) Talleres participativos de formación.	Conocimientos básicos en Comunicación Social adquiridos por el equipo de campo																		
2) Incorporación de la filosofía institucional en las actividades, como contenidos de apoyo.	Identificación del personal de campo con la filosofía institucional.																		
3) Elaboración de la estrategia de manejo de redes sociales.	Documento de la estrategia de manejo de redes sociales institucionales.																		

Fuente: Elaboración propia.



## Capítulo 3

### Ejecución de la estrategia

#### 3. Informe de la ejecución

Con la finalidad de cumplir con el Plan Estratégico de Comunicación, elaborado para mejorar la comunicación interna del Departamento de Organización Comunitaria para la Prevención de la UPCV y una mejor utilización de los mensajes del personal de campo en las redes sociales institucionales, administradas por el equipo de Comunicación Social, a partir del diagnóstico de comunicación que se realizó en dicha institución, se plantean varias acciones las cuales a continuación se detallan de forma individual, con el fin de sistematizar la ejecución de las mismas.

##### 3.1 Taller participativo sobre redacción descriptiva:

Esta actividad fue contemplada para que participe el 100% del personal de campo, entre delegados, delegadas y asesoras de género y multiculturalidad. La metodología para la implementación de la sesión de formación se construyó basada en la teoría constructivista como “una interacción dialéctica entre los conocimientos del docente y los del estudiante, que entran en discusión, oposición y diálogo, para llevar a una síntesis productiva y significativa: el aprendizaje” (Ortíz, 2015, p. 97).

Al planificar el taller de formación, se asume que los participantes o estudiantes, ya cuentan con una serie de conocimientos y experiencias, que pondrán a disposición del grupo con el fin de dar aportes y que todos y todas aprendan desde sus experiencias compartidas y mediante las actividades seleccionadas por el capacitador, para persuadir la atención de los participantes y lograr actualizar los conocimientos de éstos.



### 3.1.1 Objetivo de la actividad

Mejorar las capacidades del personal de campo del Departamento de Organización Comunitaria para la Prevención en cuanto a la redacción de textos que describan sus actividades, los cuales serán utilizados para alimentar las redes sociales institucionales.

### 3.1.2 Medio utilizado

Los talleres sobre técnicas de redacción descriptiva fueron impartidos presencialmente en las instalaciones de la UPCV a tres subgrupos distintos del personal de campo, atendiendo las restricciones sanitarias para evitar la propagación del virus Covid-19. Las fechas en que se realizaron fueron 23, 24 y 25 de junio de 2021.

### 3.1.3 Área geográfica de impacto

Los delegados y delegadas, así como las asesoras de género y multiculturalidad de la UPCV que participarán en el taller de formación viven y trabajan en todos los departamentos del país, por lo que el impacto esperado mediante las actualizaciones de contenidos en materia de comunicación social se verá a nivel nacional.

### 3.1.4 Presupuesto invertido en esta acción:

Para el desarrollo del taller de formación en redacción descriptiva, en las tres sesiones establecidas, por estar dividido el personal de campo en tres subgrupos debido a las condiciones sanitarias a consecuencia de la pandemia de COVID-19, tendrá un costo de Q780.42, que incluye preparativos de la metodología, impartirlo y materiales de apoyo.

### 3.1.5 Medios de verificación:

Para verificar que los talleres sobre “Redacción Descriptiva” fueron desarrollados por el estudiante de EPS de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, es oportuno mencionar que los mismos fueron impartidos durante los días 23, 24 y 25 de junio 2021, al personal de campo del Departamento de Organización Comunitaria para la Prevención, de la UPCV. En el Anexo 1 se adjuntan las imágenes de los listados como constancia de la capacitación.

Ilustración 14. Taller Redacción Descriptiva, 23 de junio 2021



Figura 15. Taller Redacción Descriptiva, 24 de junio 2021.





Figura 16. Taller Redacción Descriptiva, 25 de junio 2021.



### 3.2 Taller participativo sobre fotografía institucional:

Este taller de formación participativa se diseñó con el fin de mejorar las habilidades del personal de campo del Departamento de Organización Comunitaria para la Prevención, principalmente en cuanto al registro de las actividades que realizan, mediante una imagen fotográfica. Dentro del contenido considerado se encuentra el encuadre, el aprovechamiento de la luz natural y luz artificial, así como la imagen institucional.

#### 3.2.1 Objetivo de la actividad

Mejorar las capacidades del personal de campo del Departamento de Organización Comunitaria para la Prevención en cuanto a la producción de fotografías institucionales que complementen sus reportes de actividades diarios, los cuales serán utilizados para alimentar las redes sociales institucionales.





### 3.2.2 Medio utilizado

Los talleres sobre fotografía institucional serán impartidos presencial o virtualmente durante la última semana del mes de septiembre en virtud de que la carga laboral del personal de campo fue alta, en función de cumplir metas institucionales establecidas para los meses de julio, agosto y parte de septiembre.

### 3.2.3 Área geográfica de impacto

Los delegados y delegadas, así como las asesoras de género y multiculturalidad de la UPCV que participarán en el taller de formación viven y trabajan en todos los departamentos del país, por lo que el impacto esperado mediante las actualizaciones de contenidos en materia de comunicación social se verá a nivel nacional.

### 3.2.4 Presupuesto invertido en esta acción:

Para el desarrollo del taller de formación en fotografía institucional, en las posibles tres sesiones presenciales establecidas, por estar dividido el personal de campo en tres subgrupos debido a las condiciones sanitarias a consecuencia de la pandemia de COVID-19, tendrá un costo de Q780.42, que incluye preparativos de la metodología, impartirlo y materiales de apoyo.

### 3.2.5 Medios de verificación:

Para respaldar que hayan sido impartidos los talleres sobre fotografía institucional, cabe mencionar que serán impartidos durante la última semana del mes de septiembre de 2021. En cuanto se realicen se adjuntarán fotografías de las actividades, y en el Anexo 4 se adjuntarán imágenes del listado como constancia de la capacitación.



### 3.3 Taller participativo sobre comunicación organizacional e imagen institucional

El contenido de este taller se diseñó buscando resolver uno de los problemas detectados en el diagnóstico de comunicación realizado, el cual reflejó que el personal de campo tiene dificultades en representar la filosofía institucional en los productos comunicacionales que elaboran, como producto de sus intervenciones en los distintos territorios. Ante esto, es importante que tengan claridad de lo importante que es que conozcan y aprovechen la comunicación organizacional y el manejo de la imagen de la organización.

#### 3.3.1 Objetivo de la actividad

Mejorar las capacidades del personal de campo del Departamento de Organización Comunitaria para la Prevención en cuanto a la comunicación organizacional e imagen institucional para que produzcan mensajes comunicacionales que alimenten las redes sociales institucionales.

#### 3.3.2 Medio utilizado

Debido a las condiciones sanitarias a nivel nacional, derivado de las medidas de prevención del contagio de la pandemia por SARS-COV2, la actividad formativa muy probablemente deberá implementarse de manera virtual, haciendo uso de los distintos recursos digitales, así como de actividades que involucren el uso de las tecnologías de la comunicación e información. Aunque si las condiciones lo permiten, podría llevarse a cabo de forma presencial.

#### 3.3.3 Área geográfica de impacto

Los delegados y delegadas, así como las asesoras de género y multiculturalidad de la UPCV que participarán en el taller de formación viven y trabajan en todos los departamentos del país, por lo



que el impacto esperado mediante las actualizaciones de contenidos en materia de comunicación social se verá a nivel nacional.

### 3.3.4 Presupuesto invertido en esta acción:

Para el desarrollo del taller de comunicación organizacional e imagen institucional, en las tres posibles sesiones presenciales establecidas, por estar dividido el personal de campo en tres subgrupos debido a las condiciones sanitarias a consecuencia de la pandemia de COVID-19, tendrá un costo de Q780.42, que incluye preparativos de la metodología, impartirlo y materiales de apoyo.

### 3.3.5 Medios de verificación:

Para respaldar que hayan sido impartidos los talleres sobre comunicación organizacional e imagen institucional, cabe mencionar que serán impartidos durante la segunda semana del mes de octubre de 2021, según lo que autorice la jefatura del Departamento de Organización Comunitaria para la Prevención. En cuanto se realicen se adjuntarán pantallazos o fotografías de las actividades, y en el Anexo 4 se adjuntarán imágenes del listado como constancia de la capacitación.

## 3.4 Incorporación de la filosofía institucional en las actividades de formación

Con la finalidad de darle tratamiento a uno de los problemas detectados en el diagnóstico participativo, sobre la falta de identificación de una parte del personal de campo, se ha tomado la decisión de incluir la temática de la filosofía institucional en los contenidos de los talleres participativos mencionados en los numerales anteriores. Para el efecto, se estará sensibilizando al personal con relación a la Misión, Visión y Valores Institucionales.



Se considera como uno de los contenidos propios de las capacitaciones, de manera transversal en función de que, como prestadores de servicios en la UPCV, todos y todas las integrantes del equipo de campo deben comprender y practicar la filosofía institucional en todas las acciones que realizan como parte de sus funciones.

### 3.4.1 Objetivo de la actividad

Promover la identificación del personal de campo de la UPCV con el fin de que conozcan la misión, visión y valores institucionales.

### 3.4.2 Medio utilizado

Para sensibilizar al personal de campo en la filosofía institucional, se ha considerado incluir el contenido en los talleres participativos de formación. Esta inclusión responderá a la necesidad de que delegados y delegadas, así como asesoras de género y multiculturalidad, tengan claridad en el mandato institucional y lo que inspira la existencia y creación de la misma.

### 3.4.3 Área geográfica de impacto

Los delegados y delegadas, así como las asesoras de género y multiculturalidad de la UPCV que participarán en el taller de formación y recibirán una actualización acerca de la filosofía institucional mediante la incorporación de esta en los contenidos de los talleres, viven y trabajan en todos los departamentos del país, por lo que el impacto esperado mediante las actualizaciones de contenidos en materia de comunicación social se verá a nivel nacional.



#### 3.4.4 Presupuesto invertido en esta acción:

Considerando que se deberá realizar un trabajo documental y estratégico de incorporación del contenido institucional a los talleres de formación, el tiempo que el estudiante de EPS de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación invertirá tiempo en desarrollar la inclusión de las temáticas, por lo que el costo de dicha actividad tendrá un total de Q225.00 durante toda la fase de ejecución.

#### 3.4.5 Medios de verificación:

Para cada taller se realizará una presentación en *Power Point*, que contendrá el desarrollo del tema a capacitación, así como material de apoyo. En el mismo, podrá constatarse que, en los contenidos de formación, será incorporada la filosofía institucional.

### 3.5 Elaboración de estrategia para el manejo de las redes sociales institucionales

De manera consensuada, se elaborará una estrategia de manejo de redes sociales, con la finalidad de orientar al personal que realiza las tareas de alimentar las mismas, así como de seleccionar el material que deberá ser subido a estas. Esta estrategia será una guía para el manejo de las cuentas institucionales de *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* y *YouTube*. La construcción de la estrategia se realizará en coordinación con el personal de la Sección de Comunicación Social de la UPCV.

#### 3.5.1 Objetivo de la actividad

Diseñar una estrategia para el manejo de las redes sociales institucionales de la UPCV.



### 3.5.2 Medio utilizado

El resultado de la elaboración de la estrategia de manejo de redes sociales institucionales será de utilidad para la organización, en virtud de que permitirá contar con una política definida para la publicación de mensajes que a la institución le interesan, así como a definir la reacción ante situaciones de crisis. Esta estrategia será aplicada en cuatro redes sociales, donde la UPCV tiene una cuenta institucional: *Facebook, Twitter, Instagram y YouTube*.

### 3.5.3 Área geográfica de impacto

En vista de que la UPCV es una institución de Estado, su área de influencia es todo el territorio nacional. El buen manejo de las redes sociales institucionales repercutirá en la eficiente difusión de mensajes de prevención de la violencia y en la protección de las poblaciones más vulnerables por su condición de edad, género, etnia, discapacidad o su nivel socioeconómico.

### 3.5.4 Presupuesto invertido en esta acción:

Se ha estimado que el alumno del EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación invertirá un total de Q2,725.00, en la planificación, investigación, elaboración y presentación para la respectiva aprobación de la estrategia para el manejo de las redes sociales institucionales.

### 3.5.5 Medios de verificación:

Al finalizar el mes de octubre del año 2021 se contará con el documento de Estrategia para el Manejo de Redes Sociales Institucionales, la cual deberá ser diagramada e impresa con la imagen institucional, con el fin de que sea utilizada en el futuro como una referencia para la publicación de mensajes institucionales en las distintas plataformas de comunicación digital.



### 3.6 Actividad y calendarización

Tabla 14. Calendarización establecida del EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

#	Actividad	MESES																																														
		Febrero					Marzo					Abril					Mayo					Junio					Julio					Agosto					Septiembre					Octubre						
Descripción	S1	S2	S3	S4	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	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5				
1	Semana Propedéutica																																															
2	Elaboración de informe de fase propedéutica																																															
3	Conferencia primera fase Diagnóstico de Comunicación																																															
4	Elaboración de la Evaluación Diagnóstica de Comunicación																																															
5	Conferencia segunda fase Plan Estratégico de Comunicación																																															
6	Elaboración y entrega de plan estratégico de comunicación																																															
7	Supervisión en Institución																																															



#	Actividad	MESES																																										
		Febrero					Marzo					Abril					Mayo					Junio					Julio					Agosto					Septiembre					Octubre		
	Descripción	S1	S2	S3	S4	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	S1	S2	S3	S4	S5				
8	Conferencia tercera fase Ejecución Plan Estratégico de Comunicación																																											
9	Ejecución del Plan Estratégico de Comunicación																																											
9.1	Taller participativo "Redacción Descriptiva"																																											
9.2	Taller participativo "Técnicas de fotografía institucional"																																											
9.3	Taller participativo "Comunicación Organizacional e imagen institucional"																																											
9.4	Elaboración de la Estrategia para el manejo de Redes Sociales institucionales																																											

Fuente: Elaboración propia.





## Conclusiones

El personal de campo de la UPCV, integrado por delegados, delegadas y asesoras de género y multiculturalidad, quienes tienen conocimientos adquiridos previamente en su formación personal, utilizarán los nuevos conocimientos para incorporar mejoras en su trabajo diario mediante las actualizaciones en materia de redacción, comunicación y fotografía, principalmente al momento de redactar reportes de sus actividades y acompañarlos con imágenes.

El personal de campo de la UPCV será ente multiplicador de los mensajes institucionales, por lo consiguiente se sentirán identificados con la filosofía institucional y eso será evidenciado en el contenido de los productos comunicacionales que produzcan.

El personal de la Sección de Comunicación Social de la UPCV contará con información de mayor calidad, producida por el personal de campo para seleccionar la más adecuada para las distintas redes sociales institucionales.

El personal de la Sección de Comunicación Social de la UPCV invertirá menos tiempo en editar textos o imágenes, en virtud de que recibirán reportes con mejor contenido.

La elaboración de la Estrategia para el Manejo de las Redes Sociales Institucionales significará un manual para la correcta publicación de mensajes en las plataformas ya establecidas para la difusión de mensajes de la organización, con el fin de aprovecharlas al máximo, según el público objetivo que se pretenda sensibilizar o persuadir.

El material elaborado para la formación del recurso humano en temáticas de comunicación social institucional, que incluye el desarrollo de los tres talleres de formación, podrá ser utilizado en el futuro para la actualización de personal de campo que se vaya a contratar.



## Recomendaciones

Mantener una actualización constante del personal de campo, y de personal de otras áreas de la institución, en materia de comunicación social institucional, con la finalidad de mejorar continuamente la comunicación de la organización, tanto interna como externa. Incluso, ampliar temáticas que sean necesarias y establecidas en consenso con el equipo de campo.

Mejorar los canales de formación en cuanto a la filosofía institucional dirigidos al personal que vaya ingresando periódicamente, así como al personal antiguo, buscando que mediante metodologías andragógicas novedosas se obtenga el resultado esperado y que el recurso humano sea el principal multiplicador de las publicaciones e interactuar en las redes.

Implementar constantemente ejercicios de monitoreo de las redes sociales institucionales de la UPCV, con el fin de ir corrigiendo errores que se presenten, así como medir las reacciones del público externo a la organización.

Que el personal de la Sección de Comunicación Social de la UPCV adquiera conocimientos técnicos en producción de material de audio, material audiovisual y animaciones digitales, para que se incorpore este tipo de mensajes institucionales con esa calidad.

Producir campañas de comunicación social institucional y publicaciones de eventos realizados por el personal de campo con mayor frecuencia, teniendo como referencia los cinco ejes de la Política Nacional de Prevención de la Violencia, utilizando las características diferenciales de cada red social, en cuanto a su grupo objetivo y contenido óptimo.

Actualizar el contenido de los talleres de formación participativa, con la finalidad de irlos adaptando a las necesidades que se vayan observando en futuros diagnósticos de comunicación social institucional. Los módulos actualizados servirán para la formación constante del personal.



## Referencias

### Bibliografía

Acuerdo Ministerial No. 542-2008. Diario de Centro América, Guatemala, 21 de febrero de 2008.

Acuerdo Ministerial No. 95-2013. Diario de Centro América, Guatemala, 20 de febrero de 2013.

Acuerdo Ministerial No. 06-2018. Diario de Centro América, Guatemala, 5 de enero de 2018.

Favaro, D. (s.f.). Comunicación organizacional - Planificación de la comunicación en grupos y organizaciones-. Buenos Aires, Argentina: Creas -Centro Regional Ecuménico de Asesoría y Servicios-.

Fernández, C. (2002). La comunicación en las organizaciones, Segunda Edición. México D.F. Editorial Trillas, S. A. de C. V.

Guzmán, V. (2012). Comunicación Organizacional, Primera Edición. México. Red Tercer Milenio S.C.

Ministerio de Gobernación, Tercer Viceministerio de Gobernación. (2019). Manual de Organización y Funciones de la Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia. Guatemala.

Ministerio de Gobernación, Tercer Viceministerio de Gobernación. (2014). Política Nacional de Prevención de la Violencia y el Delito, Seguridad Ciudadana y Convivencia Pacífica, 2014-2034. Guatemala.



Ortíz Granja, D. (2015). El constructivismo como teoría y método de enseñanza. Ecuador. Universidad Politécnica Salesiana de Ecuador.

Pasquali, A. (1979). Comprender la Comunicación. Caracas: Monte Avila.

Patzán, L. (2020) Diagnóstico y estrategia de comunicación interna y externa para el fortalecimiento de la imagen institucional del Centro de Estudios del Mar y Acuicultura -CEMA-. Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación. Guatemala.

Ponce, H. (2007). La matriz foda: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones. Xalapa, México: Consejo Nacional para la Enseñanza en Investigación en Psicología A.C.

Ponce, L. (2014). La comunicación externa e interna desde el enfoque de la Responsabilidad Social Empresarial. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. Guatemala.

Portilla, P. (2014). Plan Estratégico de comunicación interna para una institución descentralizada del gobierno. Universidad Rafael Landívar. Guatemala.

Quilo, C. (2016). Victimización, percepción de inseguridad y calidad de vida en los pobladores de Santo Domingo Xenacoj. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias Psicológicas. Guatemala.

Rodríguez, W. E. (31 de marzo de 2020). Condiciones para realizar un diagnóstico. Guatemala, Guatemala.

Sampieri, R. H. (2014). Metodología de la Investigación. México D.F.: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.



Tamayo, M. B. (2011). Diagnóstico de Comunicaciones Fondo de Empleados "Grupo Éxito Presente". Caldas, Antioquia, Colombia.

Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia. (2016). Modelo de Abordaje. Guatemala.

## E-grafía

Ponce Talancón, Humberto. (2006, septiembre). "La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales" en Contribuciones a la Economía. Recuperado de: <https://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/00290.pdf>

Tamayo Ly, Carla y Silva Siesquén, Irene. (2006) "Técnicas e instrumentos de recolección de datos". Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Recuperado de <https://www.postgradoune.edu.pe/pdf/documentos-academicos/ciencias-de-la-educacion/23.pdf>



## Anexos

### Anexo No. 1 Cuestionario de la encuesta *on line*

Presentación: Esta encuesta tiene por objetivo establecer las debilidades y amenazas de la comunicación interna de UPCV, específicamente de las Secciones de Organización Metropolitana, Organización Departamental y Género y Multiculturalidad, con el fin de que el personal se identifique con los objetivos institucionales y que las intervenciones desarrolladas por ellos y ellas en los distintos territorios del país, y publicadas en las redes sociales de la UPCV, tengan mayor calidad y difusión.

Preguntas:

- 1) ¿Usa redes sociales personales? (si la respuesta es no, pasa a la No. 9)
- 2) ¿Cuál o cuáles redes sociales usa?
- 3) ¿Con qué frecuencia ingresa a cualquiera de estas redes sociales?
- 4) La UPCV cuenta con redes sociales por medio de las cuales publica las actividades que su personal realiza en todos los departamentos del país, ¿sigue alguna de ellas?
- 5) ¿Cuál o cuáles cuentas sigue?
- 6) ¿Ha notado alguna debilidad en las publicaciones que la UPCV realiza en las redes sociales?
- 7) ¿Cuál o cuáles debilidades?
- 8) ¿Suele darle “me gusta” o compartir las publicaciones de la UPCV en redes sociales?



- 9) ¿Se siente identificado (a) con los valores institucionales de la UPCV?
- 10) ¿Conoce la Misión y Visión de la UPCV?
- 11) De estas opciones, ¿cuál cree que es la que más se apega a lo que piensa de las publicaciones en redes sociales de la UPCV?
- Las publicaciones de información en las redes sociales de la UPCV NO son inmediatas.
  - Deberían darnos cursos de fotografía para contar con mejor material para publicar.
  - Deberían darnos cursos de redacción para contar con mejor material para publicar.
  - Las actividades que hago como delegado (a) no salen en las redes sociales de la UPCV.
  - No sigo a la UPCV en redes sociales.
  - Mi vida es privada, no me gusta mezclar mis redes sociales con el trabajo.
  - Sigo a la UPCV en redes sociales con una cuenta alterna con mi nombre.
- 12) ¿Qué sugerencias daría para que las publicaciones en redes sociales de la UPCV tengan una mayor difusión?
- 13) ¿Sus aliados y aliadas institucionales y de sociedad civil, con quienes coordina en los municipios o el departamento que se le asignó, apoyarían (o han apoyado) las publicaciones de las redes sociales de la UPCV al ser compartidas en las redes sociales o por algún otro medio como el WhatsApp?
- 14) ¿Seguiría usted las cuentas, así como le daría “me gusta” y compartiría las publicaciones de las redes sociales de la UPCV a través de una cuenta alterna con su nombre?



## Anexo No. 2 Guía de la entrevista estructurada

Objetivo: Esta entrevista tiene por objetivo establecer las debilidades y amenazas de la comunicación interna de UPCV, específicamente de las Secciones de Organización Metropolitana, Organización Departamental y Género y Multiculturalidad, con el fin de que el personal se identifique con los objetivos institucionales y que las intervenciones desarrolladas por ellos y ellas en los distintos territorios del país, y publicadas en las redes sociales de la UPCV, tengan mayor calidad y difusión

1. Como institución responsable de la implementación de la “Política Nacional de Prevención de la Violencia y el Delito, Seguridad Ciudadana y Convivencia Pacífica 2014-2034”, ¿cree usted que el trabajo del personal de campo refleja que se están atendiendo los cinco ejes de la política?
2. ¿Cuenta la UPCV con un plan de comunicación social vigente, o en cada campaña se debe hacer un plan individual?
3. ¿De las redes sociales que tiene la UPCV, cuál es la que reporta más interacción con los seguidores? Y en el orden descendente, ¿cómo se comportan las demás redes sociales?
4. ¿Cree que el personal de campo de la UPCV está identificado con los valores institucionales, así como tiene conocimiento de la Misión y Visión institucional?
5. ¿La información que obtiene de los delegados y delegadas del Departamento de Organización Comunitaria para la Prevención, para ser publicada, tiene algunas debilidades que merecen ser atendidas?





6. ¿Cómo sugeriría usted que se puede mejorar la calidad de la información que producen los delegados y delegadas del Departamento de Organización Comunitaria para la Prevención?
  
7. ¿Las redes sociales de la UPCV son manejadas por una o varias personas?
  
8. Para mejorar el desempeño de la Sección de Comunicación Social de la UPCV, ¿qué sugerencias tendría?



### Anexo No. 3. Fichas de contenidos de talleres participativos.



	<b>EPS DE LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN -AÑO 2021-</b>	
	<b>FICHA DE TALLER PARTICIPATIVO No. 01</b>	

<b>INSTITUCIÓN</b>	UNIDAD PARA LA PREVENCIÓN COMUNITARIA DE LA VIOLENCIA
<b>ALUMNO EPESISTA</b>	MANLIO ESTUARDO BUONAFINA ZEA
<b>TEMA</b>	TÉCNICAS DE REDACCIÓN DESCRIPTIVA

<b>Objetivo</b>	Mejorar las capacidades del personal de campo del Departamento de Organización Comunitaria para la Prevención en cuanto a la redacción de textos que describan sus actividades, los cuales serán utilizados para alimentar las redes sociales institucionales.	
<b>Tiempo</b>	<b>Actividad o tema</b>	<b>Recursos</b>
2 minutos	Bienvenida	N/A
5 minutos	Actividad “rompe hielo”	N/A
4 minutos	Test aplicado “ex ante”	Prueba impresa
9 minutos	Introducción al tema	Cañonera
25 minutos	Teorías de la Comunicación y Tipos de Comunicación	Cañonera
25 minutos	Técnicas de Redacción	Cañonera
12 minutos	Actividad: Práctica de redacción	Hoja en blanco
4 minutos	Test aplicado “ex post”	Prueba impresa
4 minutos	Cierre de la actividad	N/A

Nota: El estudiante epesista utilizará una computadora portátil de la institución para la presentación de diapositivas.



	<b>EPS DE LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN -AÑO 2021-</b>	
	<b>FICHA DE TALLER PARTICIPATIVO No. 02</b>	

<b>INSTITUCIÓN</b>	UNIDAD PARA LA PREVENCIÓN COMUNITARIA DE LA VIOLENCIA
<b>ALUMNO EPESISTA</b>	MANLIO ESTUARDO BUONAFINA ZEA
<b>TEMA</b>	TÉCNICAS DE FOTOGRAFÍA INSTITUCIONAL

<b>Objetivo</b>	Mejorar las capacidades del personal de campo del Departamento de Organización Comunitaria para la Prevención en cuanto a la producción de fotografías institucionales que complementen sus reportes de actividades diarios, los cuales serán utilizados para alimentar las redes sociales institucionales.	
<b>Tiempo</b>	<b>Actividad o tema</b>	<b>Recursos</b>
2 minutos	Bienvenida	N/A
5 minutos	Actividad “rompe hielo”	N/A
4 minutos	Test aplicado “ex ante”	Prueba impresa
9 minutos	Introducción al tema	Cañonera
25 minutos	Teorías sobre Fotografía	Cañonera
15 minutos	Técnicas de Encuadre y Manejo de luz	Cañonera
10 minutos	La fotografía organizacional	Cañonera
12 minutos	Actividad: Práctica de fotografía	Hoja en blanco
4 minutos	Test aplicado “ex post”	Prueba impresa
4 minutos	Cierre de la actividad	N/A

Nota: El estudiante epesista utilizará una computadora portátil de la institución para la presentación de diapositivas. Por condiciones sanitarias, el taller podría realizarse de manera virtual, por lo que se estaría adecuando la metodología a dicha condición



	<b>EPS DE LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN -AÑO 2021-</b>	
	<b>FICHA DE TALLER PARTICIPATIVO No. 03</b>	

<b>INSTITUCIÓN</b>	UNIDAD PARA LA PREVENCIÓN COMUNITARIA DE LA VIOLENCIA
<b>ALUMNO EPESISTA</b>	MANLIO ESTUARDO BUONAFINA ZEA
<b>TEMA</b>	COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL E IMAGEN INSTITUCIONAL

<b>Objetivo</b>	Mejorar las capacidades del personal de campo del Departamento de Organización Comunitaria para la Prevención en cuanto a la comunicación organizacional e imagen institucional para que produzcan mensajes comunicacionales que alimenten las redes sociales institucionales.	
<b>Tiempo</b>	<b>Actividad o tema</b>	<b>Recursos</b>
2 minutos	Bienvenida	N/A
5 minutos	Actividad “rompe hielo”	N/A
4 minutos	Test aplicado “ex ante”	Prueba impresa
9 minutos	Introducción al tema	Cañonera
25 minutos	Teorías sobre Comunicación Organizacional	Cañonera
25 minutos	Misión, Visión y Valores de la UPCV	Cañonera
12 minutos	Actividad: Práctica de redacción de nota institucional con fotografía	Hoja en blanco
4 minutos	Test aplicado “ex post”	Prueba impresa
4 minutos	Cierre de la actividad	N/A

Nota: El estudiante epesista utilizará una computadora portátil de la institución para la presentación de diapositivas. Por condiciones sanitarias, el taller podría realizarse de manera virtual, por lo que se estaría adecuando la metodología a dicha condición



Anexo No. 4 Listados de taller participativo “Redacción Descriptiva”  
Talleres impartidos los días 23, 24 y 25 de junio.

Figura 14. Listado No. 1, Taller Redacción Descriptiva.

**CUADRO DE CONTROL Y REGISTRO**

Nombre del Evento: Reunión mensual de delegados y delegadas Regionales Fecha: 23, 24 y 25 de Junio 2021

Lugar: Oficinas UPCV Municipio: Guatemala Departamento: Guatemala

Persona Responsable: Departamento de Organización Comunitaria Departamento UPCV: O.C. Sección: Metropolitana/Departamental

No.	Nombre y Apellido	DPI	Sexo	Edad				Grupo Étnico							Cargo	Firma
				M	H	6 a 12 años	13 a 18 años	19 a 30 años	31-40 años	Mayor de 40 años	Maya	Yucal	Garífuna	Mestizo		
1	Katzen E. Herrera	198427158095	X			X						X			Delegado Habanero	[Firma]
2	Luz Maria Alvarez	1896635100301	X			X					X				Delegada Climal	[Firma]
3	María Leida Aja Novén	23100825001401	X			X			X						Delegada Climal	[Firma]
4	Carlos Daniel Comichiche	1978215530401	X			X			X						Delegado Climal	[Firma]
5	Oswaldo Escobar	3339163791301	X			X					X				Delegado Helendango	[Firma]
6	Vicior A. Jucub	2656364501601	X			X			X						Delegado Escuintla	[Firma]
7	Walker Marín	26321704172	X			X					X				Delegado Huehuetenango	[Firma]
8	María Gore Guillero	213740561601	X			X					X				Delegada Escuintla	[Firma]
9	ANGELINA CHUO MÓ	2467597551601	X			X			X	X					Delegada Alta Verapaz	[Firma]
10	Brenda Sybilky Villegas M.	315584107011	X		X						X				Delegada A.V.	[Firma]
11	Rosalba Balderrama Pérez	2867153621201	X			X				X					Delegada San Marcos	[Firma]
12	Glória Espinosa Lopez Ch.	2542552420412	X			X			X						Delegada Sacatepéquez	[Firma]
13	Eddy Estuardo García H.	234216641201	X			X					X				Delegado Huehuetenango	[Firma]
14	Henry Roberto Pérez	2701704540101	X			X						X			Delegado Quiché	[Firma]
15	Claudia Marcela Flores Espinoza	254236371102	X			X						X			Delegada Alta Verapaz	[Firma]

6. Avenida 1-27, Zona 4 - Edificio Mini - Tercer Nivel Ala Norte  
Teléfono: +502 2412-8800

Figura 15. Listado No. 2, Taller Redacción Descriptiva.

**CUADRO DE CONTROL Y REGISTRO**

Nombre del Evento: Reunión mensual de delegados y delegadas Regionales Fecha: 23, 24 y 25 de Junio 2021

Lugar: Oficinas UPCV Municipio: Guatemala Departamento: Guatemala

Persona Responsable: Departamento de Organización Comunitaria Departamento UPCV: O.C. Sección: Metropolitana/Departamental

No.	Nombre y Apellido	DPI	Sexo	Edad				Grupo Étnico							Cargo	Firma
				M	H	6 a 12 años	13 a 18 años	19 a 30 años	31-40 años	Mayor de 40 años	Maya	Yucal	Garífuna	Mestizo		
1	Gerson Gubel Escobar	2140-71500-2701	X			X						X			Delegado Deptal	[Firma]
2	Brenda Magaly Espinosa	2553001900603	X			X						X			Delegada Escuintla	[Firma]
3	María Beatriz Ibarra	1665 89462 2101	X			X					X				Delegada Deptal Jajaj	[Firma]
4	Jessica Alejandra Aldana Garcia	1862 45698 1901	X			X					X				Delegada Deptal Escuintla	[Firma]
5	Jimena Marcel Fariña Goret	26411 084 1901	X			X					X				Delegada Deptal Zucatepec	[Firma]
6	Kayethel Celente Méndez	105201232 0101	X			X						X			Delegada Regional	[Firma]
7	Hugo Tulio Hernández Barrera	164424288 1901	X			X					X				Delegado Deptal Zucatepec	[Firma]
8	Karen Vanessa Ramos Solís	2398762592001	X			X					X				Delegada Deptal Chiquimula	[Firma]
9	Rosario Aldana	176427409 0101	X			X					X				Delegada Deptal Totonicapán	[Firma]
10	Hugo Ramos	2559351900 2201	X			X					X				Delegado Totonicapán	[Firma]
11	Marlen Romero Emmerich	225399830 0201	X			X					X				Delegada El Progreso	[Firma]
12	Jennifer Anxela Seligero	1725 60918 1901	X			X					X				Delegada Deptal Amagosa	[Firma]
13	Rosali Mirka Argueta Jor	3424 78362 2201	X			X					X				Delegada Deptal Jajaj	[Firma]
14	Milfred Anayeli Ayala C.	1870 222518503	X			X					X				Delegada Deptal Escuintla	[Firma]
15	Alicia Loreet Cortez G.	2434212 2101	X			X					X				Delegada	[Firma]

6. Avenida 1-27, Zona 4 - Edificio Mini - Tercer Nivel Ala Norte  
Teléfono: +502 2412-8800



Figura 16. Listado No. 3, Taller Redacción Descriptiva.

**GOBIERNO DE GUATEMALA**      **MINISTERIO DE GOBERNACIÓN**  
**GUATEMALA**      **GUATEMALA**

**Cuadro de Control y Registro**

Nombre del Evento: Reunión mensual de delegados y delegadas Regionales      Fecha: 23, 24 y 25 de Junio 2021

Lugar: Oficinas UPECV      Municipio: Guatemala      Departamento: Guatemala

Persona Responsable: Departamento de Organización Comunitaria, Departamento UPECV      O.C.      Sección: Metropolitana/Departamental

No.	Nombre y Apellido	DPI	Sexo	Etnia					Grupo Étnico					Cargo	Firma
				5 a 12 años	13 a 18 años	19 a 30 años	31-60 años	Mayor de 60 años	Maya	Tz'utuc	Garífuna	Mestizo	Otro		
1	Enil Alfredo Lopez Martinez	1744359091301	X				X						X	Delegado Huehuetenango	[Firma]
2	Jyren Papou Dioz	2667367971201	Y			X							Y	Delegado Huehuetenango	[Firma]
3	Otto Alvarez Ponce Cui	2132141091802	X			X				X				Delegado B.V.	[Firma]
4	Elisy del Carmen Gutierrez	2586249151601	X			X						X		Delegada	[Firma]
5	Claudia Chaviz de Saenz	2549704800101	X			X						X		Delegada METRO	[Firma]
6	Maynor R. Giron H	1971793040101	X					X					X	Del. Regional Metro	[Firma]
7	Athson Flores Santo Maria	5008595860101	X			X						X		Delegado Metropolitana	[Firma]
8	Yeritzy Hernandez	2475656480101	X			X						X		Asistente	[Firma]
9	Maria del Mar Orrego	3118497312101	X			X						X		Analista	[Firma]
10	Karina Rodriguez	2547098350513	X			X						X		Asistente	[Firma]
11	Luis Quinonarez	2121243180101	X				X					X		Oficial	[Firma]
12	Armando Aguilar	4119211410101	X			X						X		SDGPD	[Firma]
13	Alfonso Pineda	11644410101	X			X						X		SDGPD	[Firma]
14	Luz Marina Sanchez	112411010103	X			X						X		IBSAP	[Firma]
15	Yeritzy Hernandez	177134112101	X			X						X		SDGPD	[Firma]

6ª Avenida 1-27, Zona 4 - Edificio Mini - Tercer Nivel Ala Norte  
 Teléfono: +502 2412-8900

Figura 17. Listado No. 4, Taller Redacción Descriptiva.

**GOBIERNO DE GUATEMALA**      **MINISTERIO DE GOBERNACIÓN**  
**GUATEMALA**      **GUATEMALA**

**Cuadro de Control y Registro**

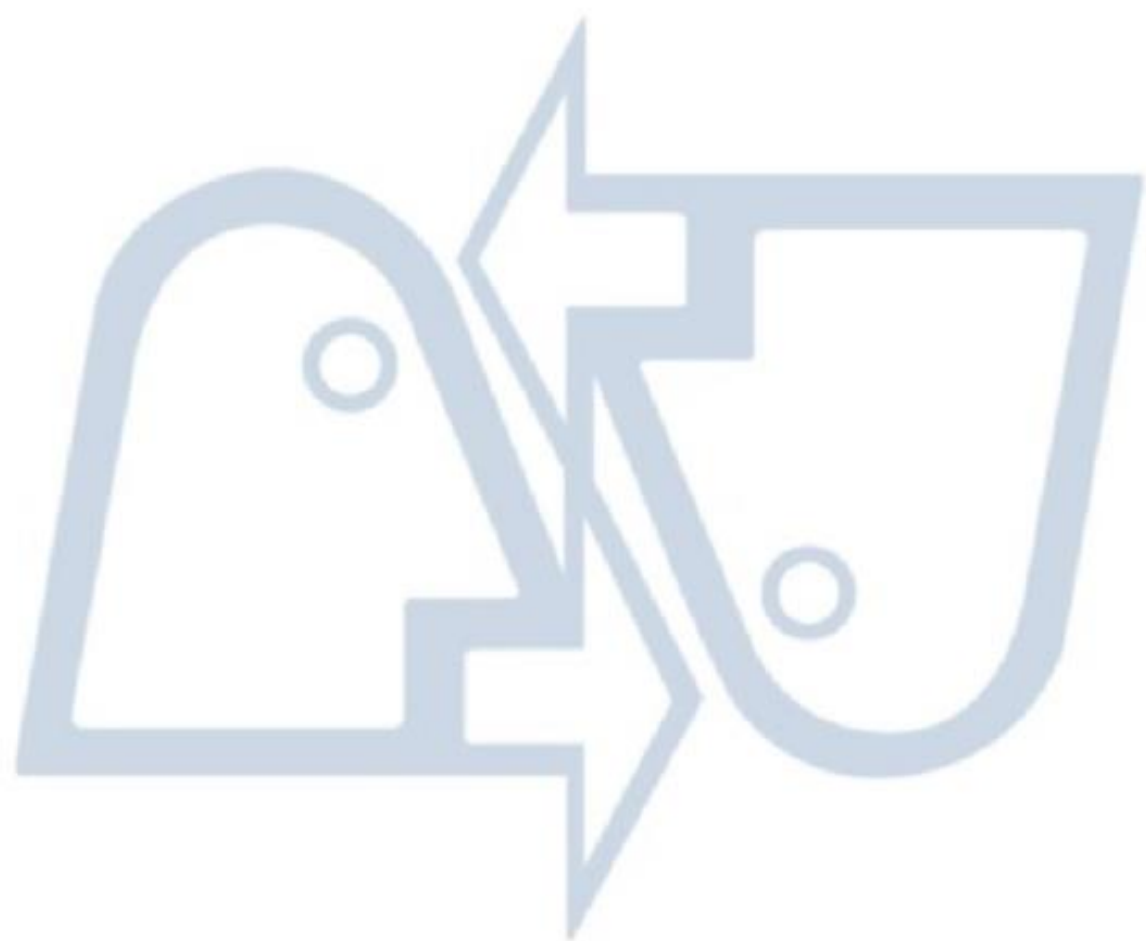
Nombre del Evento: Reunión mensual de delegados y delegadas Regionales      Fecha: 23, 24 y 25 de Junio 2021

Lugar: Oficinas UPECV      Municipio: Guatemala      Departamento: Guatemala

Persona Responsable: Departamento de Organización Comunitaria, Departamento UPECV      O.C.      Sección: Metropolitana/Departamental

No.	Nombre y Apellido	DPI	Sexo	Etnia					Grupo Étnico					Cargo	Firma
				5 a 12 años	13 a 18 años	19 a 30 años	31-60 años	Mayor de 60 años	Maya	Tz'utuc	Garífuna	Mestizo	Otro		
1	Claudia Chaviz de Saenz	2549704800101	X				X						X	Delegada Metro	[Firma]
2	Pablo Sanfel	2444294970101	X			X							X	Delegado	[Firma]
3	Carla Valenzuela	2532062040101	Y			X							X	Delegada	[Firma]
4	Roger Ruiz Roque	2191195110101	X			X							X	Delegado	[Firma]
5	Alfonso Chamale	1663340770101	X			X							X	Delegado	[Firma]
6	Ana Lidia Gutierrez	1578250000101	X			X							X	Genero	[Firma]
7	Josef Talda	196111150702	X			X			X					Delegado	[Firma]
8	Maynor R. Giron	1971793040101	X					X					X	Del. Reg Metro	[Firma]

6ª Avenida 1-27, Zona 4 - Edificio Mini - Tercer Nivel Ala Norte  
 Teléfono: +502 2412-8900



**Comunicación**

*creando futuro*