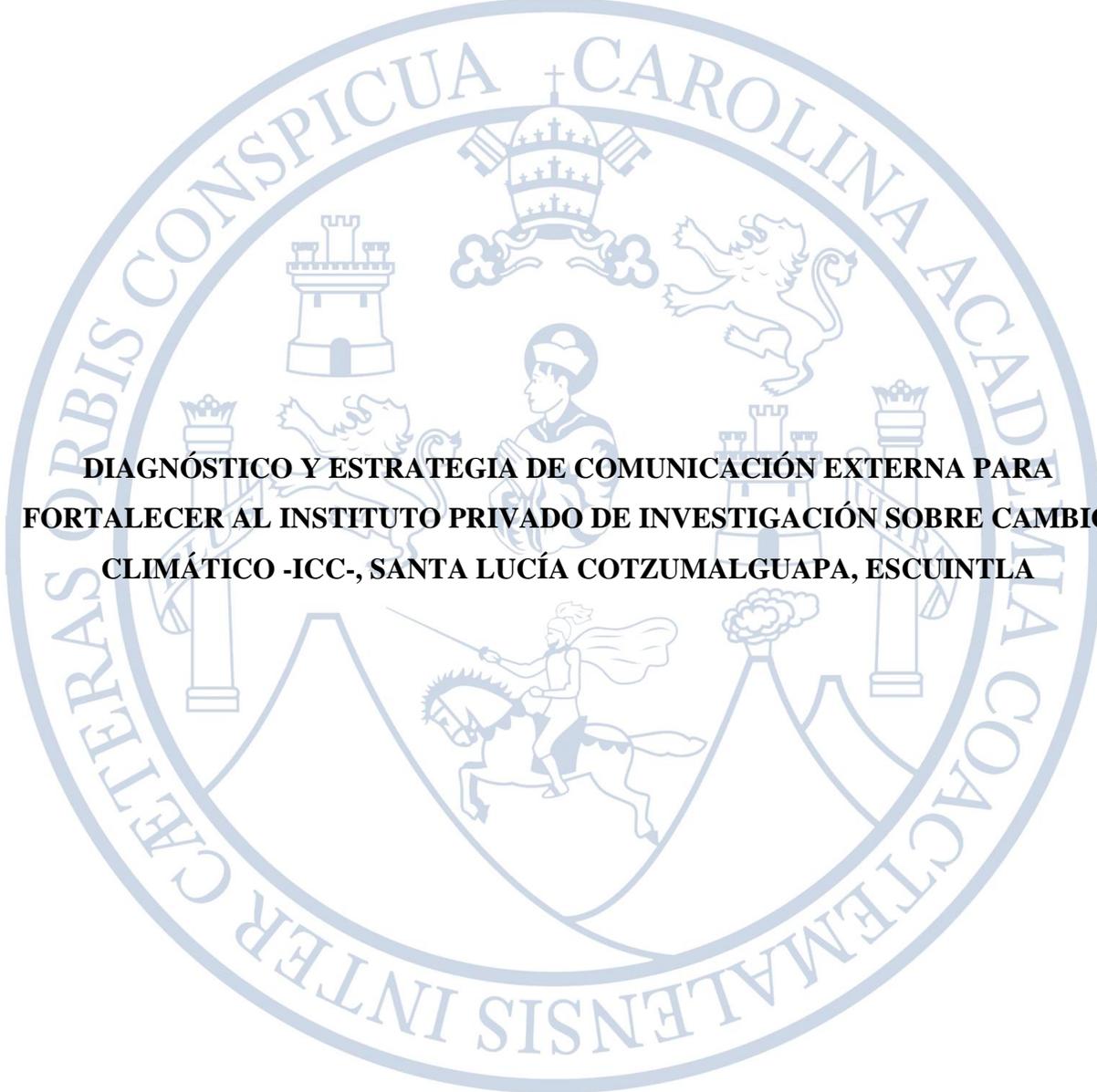


UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

The seal of the University of San Carlos of Guatemala is a large, circular emblem in the background. It features a central figure of a man in a cap and robe, surrounded by various symbols including a castle, a lion, and a cross. The Latin text "ORBIS CONSPICUA CAROLINA ACAD" is visible at the top, and "CETTERAS INTER MATLEMENSIS IN" is visible at the bottom.

**DIAGNÓSTICO Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA
FORTALECER AL INSTITUTO PRIVADO DE INVESTIGACIÓN SOBRE CAMBIO
CLIMÁTICO -ICC-, SANTA LUCÍA COTZUMALGUAPA, ESCUINTLA**

BERNY FERNANDO ORTEGA GONZÁLEZ

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 externa para fortalecer al Instituto
Privado de Investigación sobre Cambio Climático -ICC-, Santa Lucía
Cotzumalguapa, Escuintla**

Comunicación

creando futuro

Presentado por:

Berny Fernando Ortega González

Previo a optar por el título de:
Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Asesor:
Licenciado Mynor René Martínez

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

Lic. Julio Sebastián Chilín



Guatemala, octubre 15 de 2021

Estudiante de EPS de Licenciatura
Berny Fernando Ortega González
Carné: 201316204
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 Externa para fortalecer al Instituto Privado de Investigación sobre Cambio Climático -ICC-, Santa Lucía Cotzumalguapa, Escuintla”** 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 Flavio Herrera, y a Secretaría de la E.C.C.

Sin más que hacer constar:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

Lic. Mynor René Martínez
Supervisor

M.A. Evelin Morazán
Supervisora

Dr. José María Torres Carrera
Coordinador





Guatemala 4 de marzo de 2021
EPSL-C0124

M. Sc., Ing:
Oscar González
Comunicación Social
**Instituto Privado de Investigación
Cambio Climático - ICC-**
Presente.

Distinguido Ingeniero González:

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 **Berny Fernando Ortega González**, carné no. **201316204** 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 la 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”
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Coordinación EPS
LICENCIATURA
SAC



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

cc. Archivo
MA. Evelin Morazán

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

www.comunicacion.usac.edu.gt

(502) 2418-8920



Santa Lucía Cotzumalguapa, 12 de marzo de 2021.
ICC-GPC-001-2021.

Doctor
José María Torres
Coordinador EPSL
Escuela de Ciencias de la Comunicación
USAC
Presente

Estimado Dr. Torres:

Le saludo cordialmente del Instituto Privado de Investigación sobre Cambio Climático, deseando que todas sus actividades se desarrollen con éxito.

Por este medio y de acuerdo con su solicitud EPSL-C0124, le informamos que se ha autorizado la realización de práctica supervisada dentro de esta institución al estudiante **Berny Fernando Ortega González**, quien se identifica con Número de Registro Académico: 20136204 y CUI: 2588 33823 0101, durante el período del 15 de marzo al 30 de agosto de 2021.

El desarrollo y seguimiento a la práctica profesional del estudiante Ortega ha sido asignado dentro del Programa bajo mi responsabilidad, por lo que se le asignarán los medios y materiales necesarios para que realice el trabajo de la manera más satisfactoria para ambas instituciones.

Es un gusto colaborar con su institución y apoyar en el desarrollo de nuevos profesionales.

Agradeciendo su atención a la presente.

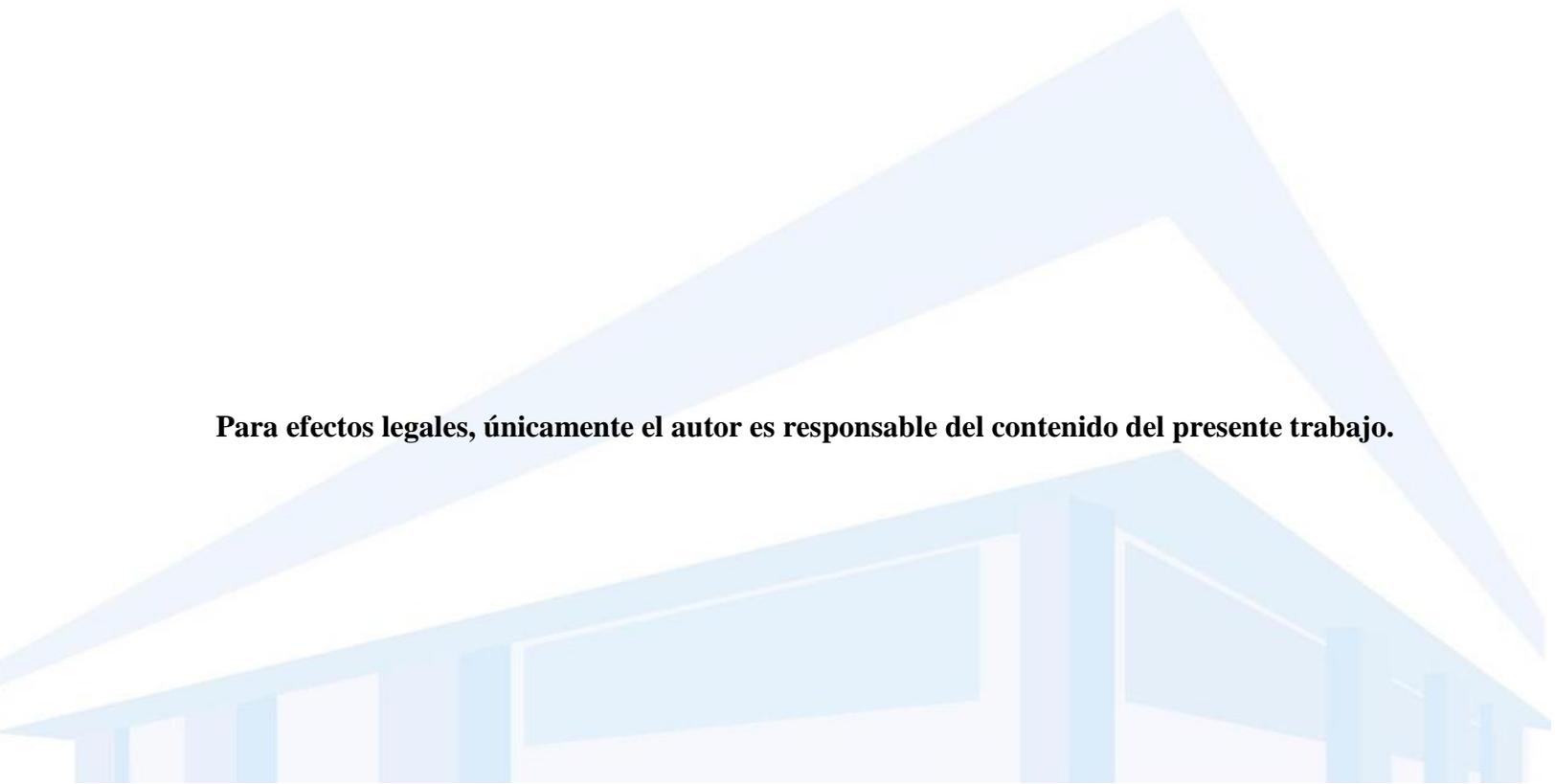
Atentamente,

M.Sc. Ing. Oscar Guillermo González
Coordinador del Programa Gestión de Proyectos y Cooperación- ICC

c.c. Archivo



Km 92.5 Carretera a Mazatenango. Santa Lucía Cotz. Escuintla. Guatemala



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

Dedicatoria:

- **A Dios:**

Por permitir que la vida me diera la oportunidad de alcanzar esta meta.

- **A mi Mamina:**

Porque con su apoyo, paciencia y amor incondicional, ha surgido en mí el ánimo y las fuerzas que he necesitado para continuar ante cualquier adversidad y lograr mis metas. Gracias Mamina.

- **A mi papá Rafa (Q.E.P.D.):**

Por hacerme creer siempre, que puedo lograr todo lo que me proponga. Por apoyarme y animarme en todo momento mientras estuvo físicamente a mi lado, y porque sé que ahora que no está, será la luz que guiará y protegerá mi camino por el resto de la vida. Te extraño, jamás te olvidaré.

- **A mi mamá Brenda:**

Por haberme forjado como la persona que soy. Por motivarme en todo momento para crecer profesionalmente. Sin su apoyo no hubiera podido alcanzar esta meta. Gracias por estar siempre para mí, mamá.

- **A mi papá Berny:**

Por alentarme en todo momento. Por apoyarme y por darme todos esos consejos que he necesitado para seguir adelante y ser mejor. Gracias Papá.

- **A mis hermanos Pablo, Anthony, Kevin y a mi sobrino Milito:**

Por estar siempre a mi lado y ser una motivación para crecer. Por las risas, los enojos, las bromas y el apoyo que hicieron de este proceso, un camino más feliz para recorrer. Gracias.

Agradecimientos:

- **A mi familia:**

Por el apoyo incondicional, por creer en mí y por el esfuerzo que me han dedicado desde que tengo memoria. Gracias por ser los cimientos de mi desarrollo personal y profesional. Agradezco por el tiempo, la paciencia, la tolerancia y el amor que me han brindado para convertirme en el profesional que soy ahora.

- **A mis amigos:**

Por tantos momentos inolvidables que vivimos juntos en la universidad; momentos que han hecho de este proceso un camino loco y divertido. Gracias a todos aquellos compañeros y buenos amigos que fueron parte de este proceso y que siempre estuvieron para brindar una mano o subir el ánimo. Agradezco especialmente a Allison y Gerson, quienes han estado siempre brindándome su apoyo y han sido una parte muy importante de mi aventura en la universidad; existen los hermanos que sin ser de sangre son de corazón, gracias a los dos por su valiosa amistad.

- **Al Instituto Privado de Investigación sobre Cambio Climático -ICC-:**

Por abrirme las puertas para realizar mi ejercicio profesional supervisado y recibirme calurosamente. Agradezco el apoyo de los profesionales de la institución por la confianza que depositaron en mí y por oportunidad que me brindaron de aprender de ellos para crecer profesionalmente.

- **A la Universidad de San Carlos de Guatemala y a la ECC:**

Por darme la oportunidad de ser parte de ellas para crecer académica y profesionalmente.

- **A mis asesores:**

Por el acompañamiento durante el proceso, la paciencia y la dedicación hacia los estudiantes.

Índice

Índice de figuras	i
Índice de tablas	iii
Introducción.....	iv
Antecedentes.....	v
Justificación	vi
Capítulo 1	
Diagnóstico de Comunicación.....	1
1. La Institución.....	1
1.2. Perfil Institucional.....	1
1.3. Ubicación geográfica	2
1.4. Integración y alianzas estratégicas.....	3
1.5. Origen e historia.....	4
1.6. Departamentos o dependencias de la institución	5
1.7. Organigrama de la empresa	7
1.8. Misión	8
1.9. Visión.....	8
1.10. Objetivos Institucionales	8
1.11. Público Objetivo.....	8
1.12. Diagnóstico.....	9
1.13. Objetivo general y objetivos específicos del diagnóstico	9
1.13.1. Objetivo general.....	9
1.13.2. Objetivos específicos	9
1.14. Tipos de investigación.....	10
1.15. Enfoque	11
1.15.1. Tipos de enfoque.....	11
1.16. Técnicas de recolección de datos	11
1.16.1. Observación	12
1.16.1.1. Tipos de Observación.....	13

1.16.1.2.	Lo observado en el ICC.....	14
1.16.2.	Documentación	16
1.16.3.	Entrevistas de profundidad	17
1.16.4.	Grupos focales	19
1.16.5.	Encuestas	19
1.17.	Interpretación de resultados	20
1.18.	FODA.....	34
1.19.	Problemas detectados	36
1.20.	Planteamiento del problema comunicacional.....	37
1.21.	Indicadores de éxito	37
1.22.	Proyecto a desarrollar.....	38
 Capítulo 2		
	Plan de Comunicación	39
2.1.	Plan estratégico de comunicación	39
2.2.	Misión.....	40
2.3.	Visión	41
2.4.	Elementos comunicacionales	41
2.4.1.	La comunicación.....	41
2.4.2.	Elementos del proceso de comunicación.....	42
2.4.3.	Barreras que interfieren en el proceso de comunicación.....	42
2.4.4.	Comunicación institucional interna y externa	43
2.4.5.	Las redes sociales	44
2.5.	Alcances y límites de la estrategia.....	44
2.6.	Metodología para la aplicación de la estrategia de comunicación.....	45
2.6.1.	Objetivos de la estrategia.....	46
2.6.1.1.	Objetivo general.....	46
2.6.1.2.	Objetivos específicos	47
2.6.2.	Acciones para conseguir los objetivos.....	47
2.6.3.	Los indicadores para medir su cumplimiento.....	48

2.6.4. Los instrumentos	49
2.6.5. Actividades para la operatividad de la estrategia	49
2.7. Financiamiento.....	51
2.8. Presupuesto	51
2.9. Beneficiarios	52
2.10. Recursos humanos.....	53
2.11. Área geográfica de acción.....	53
2.12. Cuadro comparativo de la estrategia	54
2.13. Cronograma del plan de comunicación.....	55
Capítulo 3	
Ejecución de la estrategia	59
3. Informe de la ejecución	59
3.1. Ejecución 1. Divulgación del Primer Reporte de Evaluación del Conocimiento sobre Cambio Climático en Guatemala.....	59
3.2. Ejecución 2. Promoción del IV Congreso Nacional de Cambio Climático 2021	62
3.3. Ejecución 3. Gestión de medios digitales del SGCCC.....	69
3.4. Actividades y calendarización.....	72
Conclusiones.....	vii
Recomendaciones	viii
Referencias	ix
E-grafías.....	xi
Anexos.....	xii

Índice de figuras

Figura 1. Organigrama de la empresa.....	7
Figura 2. Indique su sexo:	21
Figura 3. ¿Cuál es su rango de edad?	22
Figura 4. ¿Conoce la misión y la visión de la institución?.....	23
Figura 5. ¿Conoce los objetivos de la institución?.....	24
Figura 6. ¿Conoce los valores de la institución?	25
Figura 7. ¿Conoce el código de conducta ética de la institución?.....	26
Figura 8. ¿Conoce claramente todas las funciones de su puesto de trabajo?	27
Figura 9. ¿Qué tanto se siente enterado de todas las actividades y proyectos que realiza la institución?	28
Figura 10. ¿Cómo es su dominio de los canales de comunicación que se utilizan en la institución?	30
Figura 11. ¿Cuánto le ha afectado la situación actual de la pandemia en términos de comunicación en la institución?.....	31
Figura 12. ¿Sigue la página de Facebook del Sistema Guatemalteco de Ciencias del Cambio Climático (SGCCC)?.....	33
Figura 13. Videos cortos, animados e informativos para Facebook y YouTube.....	60
Figura 14. Infografías breves con datos curiosos e interesantes para Facebook	61
Figura 15. Gif ilustrativos y notas informativas	61
Figura 16. Portadas para Facebook	63
Figura 17. Creación y diseño de la página de YouTube del SGCCC.....	64
Figura 18. Post para Facebook	64
Figura 19. Historias para redes sociales	65
Figura 20. Convocatoria de prensa	65
Figura 21. Diseño de certificados y diplomas	66
Figura 22. Diseño de back panel o pared publicitaria	67
Figura 23. Diseño de la agenda oficial del evento.....	67
Figura 24. Diseño de portanombres.....	68

Figura 25. Diseño de promocionales para cada sesión virtual	68
Figura 26. Artes gráficas para Facebook	70
Figura 27. Elaboración de notas informativas para la página web y publicación en Facebook	71

Índice de tablas

Tabla 1. Herramientas de comunicación más utilizadas dentro de la institución.....	29
Tabla 2. Redes sociales de ICC que los colaboradores siguen.....	32
Tabla 3. FODA	35
Tabla 4. Presupuesto.....	52
Tabla 5. Cuadro comparativo de la estrategia	54
Tabla 6. Cronograma del plan de comunicación	55
Tabla 7: Actividades y calendarización.....	72

Introducción

El diagnóstico de comunicación es un proceso de investigación científica ordenado y sistemático, que a través del planteamiento de una metodología de investigación busca obtener un panorama general de la situación comunicacional de una organización, con el fin de detectar problemas que posteriormente serán solucionados.

En un año atípico, debido a la emergencia sanitaria mundial que provocó el virus de la COVID-19 y como parte del ejercicio profesional supervisado de licenciatura 2021, se realizó esta investigación de diagnóstico con el objetivo de obtener una radiografía de comunicación institucional del Instituto Privado de Investigación sobre Cambio Climático (ICC).

El ICC es una institución privada, sin fines de lucro que se dedica a realizar investigaciones y proyectos para la mitigación y adaptación al cambio climático; su área de acción se encuentra especialmente en la vertiente del pacífico de Guatemala y El Salvador. Fue fundada en 2010 por el sector azucarero guatemalteco con el objetivo de generar información que se traduzca en acciones que ayuden a reducir el impacto del cambio climático en las comunidades y en la producción de caña.

Este informe presenta el procedimiento metodológico realizado para obtener un diagnóstico comunicacional de la institución mencionada, el cual incluye una investigación con el método descriptivo con enfoque mixto, cualitativo y cuantitativo, utilizando diferentes herramientas e instrumentos de recopilación de información y análisis, para obtener conclusiones pertinentes.

A partir de los resultados del diagnóstico realizado, este documento presenta una estrategia de comunicación externa, conformada por diferentes propuestas para fortalecer los procesos de comunicación externa del ICC. El informe también presenta los diferentes productos comunicacionales que fueron aprobados y ejecutados para cumplir con los objetivos del proyecto realizado.

Antecedentes

Entre los antecedentes más relevantes encontrados con relación al objeto de estudio de la investigación, se puede mencionar el Plan Estratégico 2011-2020 del Instituto Privado de Investigación sobre Cambio Climático (ICC), que fue sintetizado en 2008 para facilitar su consulta. Este documento fue realizado por la Junta Directiva en conjunto con el Consejo Consultivo y personal profesional y técnico del ICC; en él se puede encontrar la misión y visión, los valores, los objetivos y los mecanismos necesarios para cumplirlos.

El informe también detalla las líneas principales de trabajo por cada objetivo y su programa responsable. Además, contiene la lista de las actividades a realizar por cada línea de trabajo y su nivel de avance. Por último, se presenta un análisis de fortalezas, oportunidades, necesidades y amenazas (FONA) realizado en 2016, como autoevaluación a nivel interno y externo con el objetivo de definir estrategias de trabajo. Dicho plan estratégico se encuentra en proceso de actualización para cubrir los próximos cinco años.

Otro documento encontrado que puede catalogarse como antecedente, es la estrategia de comunicación “Posicionamiento institucional y empoderamiento de las comunidades a través de una comunicación efectiva”, realizado en 2019 por la practicante de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Mesoamericana de Quetzaltenango, Julissa Zepeda Herrarte. En este documento se presenta un guía de trabajo comunicacional y de divulgación de las acciones del ICC a nivel comunitario en la costa sur de Guatemala.

Esta estrategia de comunicación fue diseñada para cubrir un periodo de dos años, con el objetivo de fortalecer las capacidades comunicativas del personal interno del ICC, para mejorar el desempeño de sus labores a nivel comunitario. En la propuesta también se planteó encontrar espacios permanentes en los medios de comunicación radial, televisiva y escrita para la difusión de las acciones que realiza la institución.

Justificación

Este estudio se realiza como parte del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura (EPSL) de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, con el objetivo de reflejar en la práctica los conocimientos recibidos durante los años de aprendizaje del estudiante, quien a través de este ejercicio demostrará su capacidad profesional.

La mitigación y adaptación al cambio climático es un tema importante que suele pasar desapercibido para la mayoría de la población guatemalteca. El constante cambio en el ambiente, el calentamiento global, la emisión de gases de efecto invernadero, la deforestación y la constante presencia de fenómenos climáticos en el mundo son temas que afectan directamente a la humanidad y a la biodiversidad del planeta, por consiguiente, es importante la investigación, generación y divulgación de esta información.

Por tal razón, esta investigación tiene un papel fundamental como aporte a la sociedad, a través de la suma de esfuerzos para el mejoramiento de los procesos de comunicación del Instituto Privado de Investigación sobre Cambio Climático, quien se encarga de investigar y realizar proyectos en materia de cambio climático y ambiente que finalmente favorecen a la sociedad guatemalteca.

Este diagnóstico de comunicación a través de sus resultados, servirá de insumo a las autoridades del ICC, al momento que requieran conocer la situación actual de los sistemas de comunicación de la institución, para tener una perspectiva más clara a la hora de tomar decisiones importantes, que favorezcan a la población.

La información presentada en este documento, también servirá de sustento a próximos estudiantes de ciencias de la comunicación, que necesiten un marco de referencia en el proceso de aprendizaje de los procedimientos de análisis comunicacional que se realizan en el ámbito institucional y en la generación de estrategias de comunicación que fortalezca el funcionamiento de una organización.

Capítulo 1

Diagnóstico de Comunicación

1. La Institución

Instituto Privado de Investigación Sobre Cambio Climático (ICC)

1.2. Perfil Institucional

El Instituto Privado de Investigación Sobre Cambio Climático es una organización sin fines de lucro, que se dedica a la investigación y desarrollo de proyectos para la mitigación y adaptación al Cambio Climático. Fue fundada en 2010 por los ingenios que componen la Asociación de Azucareros de Guatemala (AZASGUA).

Desde su creación, el ICC ha sido un ente científico dedicado a la generación de información vital en temas de gestión integrada del agua, el papel fundamental del bosque para la mitigación y adaptación al cambio climático, la emisión de gases de efecto invernadero, la gestión de riesgos, la adaptación en los sistemas productivos y el desarrollo de capacidades.

En 10 años de funcionamiento, el trabajo de ICC ha cobrado relevancia a nivel local, nacional y regional. El instituto ha logrado posicionarse como una institución científica referente en el área, gracias a fundamentar sus acciones en la ciencia, gozar de autonomía y atender la problemática proponiendo posibles soluciones y acompañando a los actores relevantes en su implementación, haciendo valer su lema “ciencia en acción para enfrentar el cambio climático”.

El Instituto Privado de Investigación sobre Cambio Climático es colaborador activo con otros actores gubernamentales, municipalidades, entidades de la sociedad civil (ONG, asociaciones comunitarias, pueblos indígenas, entre otros) y Universidades. A través del trabajo de ICC se ha

contribuido en fortalecer a varias instituciones del Estado, dotando de sostenibilidad y experiencia técnica a los procesos iniciados en conjunto.

Como miembro fundador del Sistema Guatemalteco de Ciencias del Cambio Climático (SGCCC), el ICC es responsable de la secretaría técnica del mismo hasta finalizar el año en curso, debido al convenio de conformación del sistema descrito en el Manual de la Secretaría Técnica de SGCCC, que dicta que cada una de las instituciones fundadoras se hará cargo de las responsabilidades logísticas y de comunicación en un turno rotativo por un periodo de dos años.

El Sistema Guatemalteco de Ciencias del Cambio Climático es un ente fundado en 2014 por diez instituciones, entre las cuales se encuentra el ICC. Este ente tiene el objetivo de revisar y generar información científica para trasladarla a los tomadores de decisiones políticas, en lo que respecta a los principales componentes del cambio climático: ciencia del clima, adaptación y vulnerabilidad y mitigación y gases de efecto invernadero (GEI).

1.3. Ubicación geográfica

El ICC opera principalmente en la vertiente del pacífico guatemalteco y salvadoreño. La oficina central se encuentra en el edificio 2 del Centro Guatemalteco de Investigación y Capacitación de la Caña de Azúcar (CENGICAÑA), ubicada en la Finca Camantulul, km 92.5 de la carretera a Mazatenango, Santa Lucía Cotzumalguapa, Escuintla.

El ICC cuenta con dos oficinas más en Guatemala, una en la 2da ave. 8-51, zona 1 local 16, en el interior del Centro Comercial Santa Clara Mazatenango, Suchitepéquez; y la otra en la 5ta. Ave. 5-55, zona 14, Europlaza, Torre III, nivel 17; y una más en El Salvador, ubicada en la 89 Avenida Norte No. 350, Colonia Escalón, San Salvador, El Salvador C.A.

1.4. Integración y alianzas estratégicas

El Instituto Privado de Investigación sobre Cambio Climático cuenta con un financiamiento base por tiempo indefinido que proviene de sus miembros, especialmente de la industria azucarera en Guatemala y El Salvador. El financiamiento base le permite tener personal de planta con contratos indefinidos y llevar a cabo investigaciones y acciones en campo con otras empresas, actores como gobiernos locales y comunidades sin cobrar. Los miembros de ICC de quienes recibe el financiamiento base son:

- Ingenio San Diego/Trinidad (miembro fundador).
- Ingenio Pantaleón (miembro fundador).
- Ingenio Concepción (miembro fundador).
- Ingenio Palo Gordo (miembro fundador).
- Ingenio Madre Tierra (miembro fundador).
- Ingenio El Pilar (miembro fundador).
- Ingenio Santa Teresa (miembro fundador).
- Ingenio La Sonrisa (miembro fundador).
- Ingenio La Unión – Los Tarros (miembro fundador).
- Ingenio Santa Ana (miembro fundador).
- Ingenio Magdalena (miembro fundador).
- Asociación de Azucareros de Guatemala (ASAZGUA) (miembro fundador).
- Ingenio Tululá (se unió en 2015).
- Asociación de Productores Independientes del Banano (APIB) (se unió en 2015).
- Grupo Palo Blanco, S.A. (se unió en 2019)
- Compañía Azucarera Salvadoreña (CASSA) (se unió en 2019, es quien financia el trabajo realizado en El Salvador).

Además del presupuesto base, ICC obtiene fondos para proyectos específicos que provienen de otras fuentes como empresas, organizaciones no gubernamentales, cooperación internacional y

fundaciones. Entre algunas de las más importantes organizaciones que han financiado proyectos específicos de ICC se pueden mencionar a:

- Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID)
- World Resources Institute (WRI).
- Instituto Interamericano de Investigación sobre Cambio Global (IAI).
- Secretaría Nacional de Ciencia y Tecnología (SENACYT).
- International Union for Conservation of Nature (UICN).
- Comisión Europea de Ayuda Humanitaria (ECHO), liderado por Acción contra el Hambre.
- The Nature Conservancy.
- Fondo del Agua (FUNCAGUA).
- The Central America Bottling (cbc).
- Asociación de Exportadores de Guatemala (AGEXPORT).
- Cámara de Industria de Guatemala.
- Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID).
- Research, World Wildlife Fund (WWF), entre otras.

1.5. Origen e historia

El Instituto Privado de Investigación sobre Cambio Climático nació en julio de 2010, año en que Guatemala sufrió varios eventos climáticos como la tormenta tropical Agatha, la erupción del volcán Pacaya y el fenómeno de la Niña que provocó días lluviosos. Estos fenómenos generaron un impacto negativo en la producción de caña, por lo que un grupo de empresas visionarias del sector azucarero decidieron hacer una inversión en temas ambientales en beneficio del país y así reducir el impacto de los eventos climatológicos en la producción azucarera.

Inicialmente, las empresas contrataron a profesionales en recursos naturales, para que analizaran e hicieran propuestas en relación al enfoque que se le daría a la inversión. Estos profesionales sugirieron la creación de un programa de manejo de cuencas al que llamaron PROCUENCAS.

En ese mismo año, el Doctor Luis Ferraté Felice, exministro de Ambiente y Recursos Naturales, al enterarse de la idea que tenían los azucareros de invertir en temas ambientales y conociendo la poca voluntad del gobierno en invertir, decidió involucrarse y recomendó la creación de un instituto de investigación en cambio climático.

Al ser compatible con la idea inicial del manejo de cuencas, la Junta Directiva de la Asociación de Azucareros de Guatemala (ASAZGUA), analizó la propuesta y creó el ICC el 27 de julio de 2010. Posteriormente se configuró un comité de seguimiento y una semana después se realizó la convocatoria para contratar al director del instituto. Luego de un proceso de selección, el 4 de octubre fue contratado el PhD. Alex Guerra Noriega para el puesto, quien hasta hoy ha sido el encargado de proponer los enfoques científicos que tiene la institución.

Luego de su creación, los miembros del sector azucarero dejaron abierta la puerta a otros gremios y empresas guatemaltecas y de otros países de la región mesoamericana para unirse al proyecto. En 2015 se unió la Asociación de Productores Independientes del Banano (APIB) y el Ingenio Tululá. Más adelante, en 2019 se unió Palo Blanco, S.A. y el Grupo CASSA de El Salvador, lo que permitió al ICC empezar sus operaciones ese mismo año en el país vecino.

1.6. Departamentos o dependencias de la institución

El ICC está constituido por una Asamblea General conformada por todas las empresas miembros. La Junta Directiva de la institución está constituida por los cargos de presidente, vicepresidente, secretario, tesorero, vocal primero, vocal segundo, vocal tercero, vocal cuarto, vocal tercero, vocales adjuntos, asesor financiero y director general, que son ocupados por representantes de las empresas miembros.

En la parte administrativa, el ICC cuenta con el departamento de Dirección General apoyado por un consejo consultivo y un comité técnico asesor integrado por representantes de las empresas fundadoras. También cuenta con la Dirección de Operaciones que se encarga de gestionar el

recurso humano, económico, y los procesos administrativos necesarios para el buen funcionamiento de la institución.

En la parte científica y de investigación, el ICC distribuye sus operaciones fundamentales en cinco programas, a través de los cuales se manifiesta el trabajo por el cual fue creado el instituto. Estos programas son:

- Sostenibilidad de sistemas productivos: este programa tiene la función de contribuir a la sostenibilidad de los sistemas productivos a través de la gestión ambiental.
- Investigación en clima e hidrología: este programa tiene el objetivo de generar información meteorológica y sobre recursos hídricos, realizar análisis de la información y generar recomendaciones de acciones y estrategias con fundamentos científicos y técnicos.
- Manejo integrado de cuencas: el objetivo de este programa es impulsar e implementar acciones para mantener la integridad de los recursos naturales en las cuencas, tomando en cuenta su contexto social.
- Gestión de riesgo de desastres: este programa se encarga de impulsar acciones basadas en el análisis de factores naturales y sociales, para identificar las principales amenazas climáticas de la zona. También busca hacer aportes para la comprensión de los riesgos potenciales y vigilarlos a través del tiempo.
- Desarrollo de capacidades y divulgación: este programa tiene la función de fortalecer y desarrollar las capacidades, en materia de adaptación al cambio climático, de la población en general y los sistemas de producción en la región de acción.

Por último, la institución cuenta con el programa de Gestión de proyectos y cooperación, que se encarga de gestionar los acuerdos de cooperación con los socios. Este programa tiene la función principal de buscar opciones de financiamiento a nivel local, regional o mundial donde el ICC pueda aplicar. Otra de las responsabilidades de este programa es el encargarse de la comunicación social de la institución.

En este programa, el comunicador social es el responsable de gestionar los procesos de comunicación interna y externa de la institución, incluyendo los procesos comunicacionales del Sistema Guatemalteco de Ciencias del Cambio Climático, mientras ICC mantenga la responsabilidad de la secretaría técnica.

1.7. Organigrama de la empresa

Figura 1. Organigrama de la empresa



Fuente: www.icc.org.gt

1.8. Misión

Crear y promover acciones y procesos que faciliten la mitigación y la adaptación al cambio climático en la región con base en lineamientos técnico-científicos.

1.9. Visión

Ser una institución privada líder en investigación y desarrollo de proyectos para la mitigación y la adaptación al Cambio Climático en las comunidades y los sistemas productivos de la región mesoamericana.

1.10. Objetivos Institucionales

- Desarrollar investigación aplicada para generar conocimiento técnico-científico en temas asociados a la mitigación y la adaptación al cambio climático.
- Aportar a la disminución de la vulnerabilidad y a facilitar la adaptación al cambio y la variabilidad climática.
- Contribuir a la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero y con la fijación de carbono.
- Apoyar a sus miembros y a distintos actores clave en la gestión ambiental aplicada.

1.11. Público Objetivo

Como agente investigador y generador de información científica de cambio climático, el público objetivo interno está conformado por los colaboradores de la institución, quienes son la raíz de la generación de información y proyectos que posteriormente beneficiaran al público objetivo externo conformado por quienes operan los sistemas productivos de Guatemala y El Salvador, municipalidades, empresas aliadas del sector privado, las comunidades, universidades, instituciones clave en la gestión ambiental y de cambio climático y la población en general.

1.12. Diagnóstico

Según la Real Academia Española, diagnosticar es recoger y analizar datos para evaluar problemas de diversa naturaleza; en cualquier disciplina, el diagnóstico es un procedimiento en el que se observa y recopila información con el fin último de encontrar soluciones a un problema determinado. Prieto (1985) define un diagnóstico como un “ejercicio de diferenciación de los elementos de una determinada situación” (pág. 39).

En el campo de la comunicación, un diagnóstico es necesario para conocer el estado de los procesos de comunicación interna y externa de una organización. El diagnóstico de comunicación es una herramienta que nos ayuda a evaluar una situación comunicacional en un contexto determinado, y es el primer paso en la realización de cualquier estrategia de comunicación.

En esta investigación, a través de un diagnóstico de comunicación se pretende conocer el funcionamiento de la comunicación interna y externa del ICC, para saber hasta qué punto los procesos comunicativos de la organización necesitan un cambio y/o propuestas que permitan fortalecer los procesos, para mejorar el funcionamiento de la institución.

1.13. Objetivo general y objetivos específicos del diagnóstico

1.13.1. Objetivo general

Analizar los procesos de comunicación del Instituto Privado de Investigación sobre Cambio Climático. Tiempo límite: 30 de abril de 2021.

1.13.2. Objetivos específicos

- Examinar los canales de comunicación externa que ICC utiliza para divulgar la información que genera y las actividades que realiza.

- Evaluar los canales de comunicación interna que ICC utiliza para mantener informados a sus colaboradores y sano el clima laboral.
- Identificar las principales necesidades de comunicación que tiene el Instituto Privado de Investigación sobre Cambio Climático (ICC) con sus distintos públicos.

1.14. Tipos de investigación

Existen diferentes tipos de investigación científica según el objetivo que se persigue; las formas de adentrarse en la metodología científica son muy diversas. Para este estudio, se utilizó un tipo de investigación científica que profundiza en el grado de depuración de los datos y el nivel de análisis de la realidad del objeto de estudio. Esta categoría puede dividirse en:

- Investigación exploratoria: busca un acercamiento a cuestiones aún no estudiadas.
- Investigación correlacional: busca encontrar correlaciones entre variables para observar reacciones entre ellas.
- Investigación explicativa: busca relaciones causales entre variables, para saber cómo, cuándo, dónde y por qué pueden influir entre ellas.
- Investigación descriptiva: realiza un análisis de la realidad del objeto de estudio.

Para desarrollar este diagnóstico comunicacional y estudiar los procesos de comunicación del ICC, se aplicó el tipo de investigación descriptiva, el cual “busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población” (Sampieri, Collado, & Baptista, 2014, pág. 92). Para diagnosticar la comunicación es necesario describir los fenómenos que influyen en los procesos, el contexto y todas las situaciones que modifiquen la forma en que se manifieste.

1.15. Enfoque

Los enfoques en una investigación “constituyen posibles elecciones para enfrentar problemas de investigación, son hasta ahora, las mejores formas diseñadas por la humanidad para investigar y generar conocimientos” (Sampieri, Collado, & Baptista, 2014).

1.15.1. Tipos de enfoque

A lo largo de la historia y debido a distintas corrientes de pensamiento se han abierto diferentes rutas en la búsqueda del conocimiento, sin embargo, desde el siglo pasado se generaron dos enfoques principales de investigación que son: cuantitativo y cualitativo, que al mezclarlos generan un tercero: el enfoque mixto.

El enfoque cuantitativo se basa en la medición numérica y el análisis estadístico; este utiliza la recolección de datos con la intención de probar hipótesis y su orden es riguroso. Por otro lado, el enfoque cualitativo utiliza la recolección de datos seguido del proceso de análisis, con la intención de afinar las preguntas de la investigación y en el camino descubrir otras interrogantes. En este tipo de estudios se pueden desarrollar hipótesis antes, durante y después de la recolección y análisis de los datos.

Para el desarrollo de un diagnóstico comunicacional, es necesario el análisis de variables cualitativas en su mayoría, tales como procesos de comunicación interna y externa, por ese motivo, para esta investigación se aplicó un enfoque mixto con preponderancia cualitativa.

1.16. Técnicas de recolección de datos

Para toda investigación científica es de suma importancia la recolección de datos e información que sirvan de insumo para luego medir las variables que están siendo analizadas. Según (Bastar, 2012) la recopilación de datos dependerá en cierta medida del tipo de investigación y del problema

planteado y se podrá efectuar a través de: fichas bibliográficas, observación, entrevistas y encuestas.

Para analizar los procesos de comunicación interna y externa se utilizaron principalmente las técnicas de carácter cualitativo: observación, documentación y entrevistas. Como complemento se utilizó la técnica de carácter cuantitativo: encuesta, con el fin de recolectar más datos necesarios para analizar los procesos de comunicación interna y clima institucional.

1.16.1. Observación

La observación es una de las técnicas de recolección de datos más comunes de la investigación científica; observar es más que solo ver algo ya que no se limita a utilizar solamente el sentido de la vista sino a todos los sentidos para comprender la realidad de las cosas. La observación entonces “implica adentrarnos profundamente en situaciones sociales y mantener un papel activo, así como una reflexión permanente. Estar atento a los detalles, sucesos, eventos e interacciones” (Sampieri, Collado, & Baptista, 2014, pág. 399).

Esta técnica sirve para explorar y describir aspectos socioculturales, ambientales, las características de los individuos y sus procesos de interacción o comunicación, con el fin de comprenderlos para encontrar patrones que lleven a identificar problemas sociales que luego se resolverán.

Según (Sampieri, Collado, & Baptista, 2014) los elementos más específicos que se pueden observar son:

- El ambiente físico tomando en cuenta la proporción y el tamaño de los sitios observados.
- El ambiente social y humano que comprende la forma en que se organizan los grupos participantes, tomando en cuenta sus características sociales, culturales, de aspecto y la forma en la se comunican.

- Las actividades individuales y colectivas que describen patrones de comportamiento de los participantes, las acciones que realiza, a qué se dedican, cómo lo hacen y la continuidad de estas.
- Los artefactos que utilizan los participantes y sus funciones.
- Los hechos relevantes que incluye a los eventos históricos que ocurren en los ambientes en donde están siendo observados los participantes.
- Y, los retratos humanos de los participantes.

1.16.1.1. Tipos de Observación

De acuerdo a la naturaleza de la investigación, los elementos antes mencionados se convierten en variables cualitativas, que luego se analizan según el enfoque que tiene el investigador. Para Bastar (2012) existen dos tipos de observación: la directa y la indirecta.

En la observación directa, el investigador recoge los datos involucrándose directamente en la comunidad investigada y se divide según el nivel de protagonismo que tiene el observador en la comunidad en la que se encuentra realizando la investigación:

- La primera es la observación participante, en donde el investigador juega un papel muy importante en la comunidad que está observando. Este vive de primera mano todos los hechos que suceden en su objeto de estudio.
- Y la segunda es la observación no participante, en donde el observador no se involucra directamente, sino observa desde fuera de la comunidad que tiene como objeto de estudio.

Por otra parte, la observación indirecta se basa en la documentación; en esta el investigador recoge datos de otras investigaciones o fuentes y corrobora los mismos. Este tipo de observación se sustenta de documentos como biografías, autobiografías, cartas, entrevistas previamente realizadas u otros documentos que puedan servir de fuente para la recopilación de información. Esta técnica

de investigación también puede dividirse según el enfoque del investigador a la hora de estudiar las variables: observación cuantitativa y observación cualitativa.

La observación cuantitativa es aquella en la que, de forma ordenada, cronológica y sistemática, registra patrones de conducta y comportamiento; en esta el observador no se relaciona con los sujetos de estudio. En cambio, la observación cualitativa requiere de la participación del investigador, ya que debe analizar cada suceso y comportamiento de los sujetos de estudio para tomar nota de los pequeños detalles que puedan resultar importantes para la investigación.

Para el desarrollo de este diagnóstico de comunicación en el Instituto Privado de Investigación sobre Cambio Climático se aplicó la técnica de observación directa y participante. Se realizó una visita de 3 días a las instalaciones centrales ubicadas en Santa Lucía Cotzumalguapa, con el fin de observar la mayor parte de los aspectos específicos antes mencionados. Para esto se aplicó una bitácora de observación como instrumento.

1.16.1.2. Lo observado en el ICC

Durante la visita se pudo observar que la modalidad de trabajo es semipresencial, iniciando la fase 2 del plan de retorno que consiste en tener un 91 % de los trabajadores en las instalaciones y un 9 % en el hogar. Al observar el ambiente físico de trabajo, se puede determinar que las instalaciones son agradables, limpias y debidamente aplicadas a las recomendaciones de separación, ventilación y medidas de sanidad para evitar el contagio al virus de la COVID-19.

La ubicación de las instalaciones centrales podría influir los procesos de comunicación, ya que muchos de los trabajadores tienen que hacer un largo recorrido para llegar. En este sentido, el ICC cuenta con un hotel y dos casas disponibles para los trabajadores que requieran hospedarse en la localidad.

A través de la observación, se puede determinar que es positiva la adaptación a las condiciones que la pandemia, utilizando medios sencillos (tanto formales como informales) y efectivos de

comunicación entre los colaboradores dentro de las instalaciones, con internet rápido y equipo adecuado para cada colaborador. Para fortalecer esto, se realizan reuniones virtuales de equipo cada mes, que tienen el objetivo de mantener informado al personal de las actividades que va desarrollando cada programa.

En cuanto al uso de diferentes herramientas de comunicación, se detectó la ausencia de una línea telefónica fija disponible para todos los colaboradores. La planta telefónica no está instalada en todos los escritorios, lo que provoca que algunos de los trabajadores utilicen su teléfono celular personal, esto puede ser una desventaja en casos de pérdida de señal u otros factores técnicos que afecten la vida de los dispositivos.

Para diagnosticar los sistemas de comunicación externa se observaron y analizaron los medios digitales del instituto privado de Investigación sobre Cambio Climático y del Sistema Guatemalteco de Ciencias del Cambio Climático.

En este sentido, se pudo observar normalidad en el uso de la página web y una interacción positiva en la página de Facebook de ICC con su público externo, sin embargo, se pudo observar que las cuentas institucionales de Twitter y YouTube son poco aprovechadas.

En cuanto a los medios digitales del SGCCC, esta cuenta únicamente con página web y página en Facebook. Se pudo observar debilidad en la generación de contenido para divulgar, lo que provoca que se estanque el crecimiento de la comunidad. Esta debilidad radica en la necesidad del comunicador social en priorizar los medios digitales propios de la institución, trasladando los del SGCCC a un segundo plano.

Este aspecto es un indicador de la necesidad de fortalecer la comunicación externa de la institución para cubrir satisfactoriamente la responsabilidad de comunicación del Sistema, especialmente en un año particularmente demandante por la ejecución del IV Congreso Nacional de Cambio Climático 2021, que es impulsado y organizado por la secretaría técnica del SGCCC.

En cuanto a imagen institucional y organización, se observó que ICC cuenta con misión, visión, logotipo reconocido, slogan, valores institucionales, objetivos institucionales, organigrama actualizado recientemente y apoyado en un nuevo plan estratégico que se encuentra en desarrollo. El instituto cuenta con un manual de conducta ética, manual de identidad gráfica, manual de redacción de informes, manual de redacción científica y un informe de labores que recopila el trabajo de la institución en los últimos 10 años.

1.16.2. Documentación

La recopilación de información a través de la lectura y la documentación es muy importante en el proceso de investigación científica. “Toda investigación, sin importar su espacio de actuación, requiere de una búsqueda, lectura, interpretación y apropiación de información relacionada con el tema objeto de estudio, es decir de un marco teórico referencial” (Orellana & Sánchez, 2006, pág. 207).

Para realizar el diagnóstico de comunicación de ICC, fue necesario revisar varios documentos internos con el objetivo de conocer a profundidad la historia de la institución, su perfil, su funcionamiento, las fuentes de financiamiento, el trabajo que realiza, sus objetivos y sus reglas.

El documento más importante que se consultó fue el Informe de labores 2010-2020 del ICC, que detalla toda la organización administrativa de la institución, su financiamiento, la conformación en cuanto a estructura, y profundiza en los proyectos e investigaciones realizadas durante los últimos 10 años de trabajo.

También se revisó el Plan estratégico 2011-2020 de ICC, el cual se encuentra en proceso de actualización para cubrir los próximos 4 años. Para entender las reglas de la institución fue necesario revisar el código de conducta ética de ICC que regula el comportamiento de los colaboradores dentro de la institución y presenta las sanciones y motivos por los cuales se despiden a los trabajadores.

Para complementar la investigación se consultó el reportaje “El río Madre Vieja tiene nueva vida” realizado por el periodista Cesar Pérez Marroquín de Prensa Libre, publicado en noviembre de 2017 y el reportaje “Inundaciones y lahares amenazan a 30 poblados” del periodista Carlos Manoel Álvarez de Prensa Libre, publicado en febrero del 2019.

Debido a la responsabilidad de ICC de tener a su cargo la secretaría técnica del Sistema Guatemalteco de Ciencias del Cambio Climático, fue necesario revisar el Manual de funcionamiento de la secretaría técnica del SGCCC, en el cual encontramos el convenio de conformación del sistema, los procedimientos de las reuniones de trabajo, normas para la elaboración de boletines informativos y los parámetros de uso de los correos electrónicos, página web, logo y redes sociales.

También se revisó una propuesta de comunicación realizada en junio de 2020 por el ICC, en la que se propone un plan de comunicación para el SGCCC para la generación de contenido valioso que se puede divulgar en los medios digitales disponibles. Por último y para conocer en profundidad el trabajo del SGCCC, se consultó el Primer Reporte de Evaluación del Conocimiento sobre Cambio Climático en Guatemala, publicado en 2019.

1.16.3. Entrevistas de profundidad

La entrevista se puede definir como “una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado)” (Sampieri, Collado, & Baptista, 2014, pág. 403). En este sentido, es una herramienta de recolección de información que, a través de preguntas y respuestas, se consigue que el entrevistado proporcione datos cualitativos que servirán de insumo para la investigación.

Para Sampieri, Collado y Baptista (2014) las entrevistas se pueden dividir en estructuradas, semiestructuradas y no estructuradas. En la estructurada se hace uso de una guía de preguntas específicas a las que el investigador se sujeta estrictamente; en la semiestructurada el entrevistador hace uso de la misma guía de preguntas, pero en este caso se da la libertad de introducir preguntas

adicionales que surjan durante la conversación; y la no estructurada o abierta se basa en una guía general que el entrevistador tiene total libertad de manejo.

Para efecto de esta investigación, se efectuaron dos entrevistas semiestructuradas el jueves 22 de abril en las instalaciones centrales de la institución; la primera al Ph.D. Alex Guerra, director general de la institución y la segunda al Ing. Luis Reyes, director de operaciones. También se ha mantenido una conversación activa con Kevin Pérez, comunicador social de la institución, durante todo el desarrollo de la investigación. Como instrumento para esta técnica se preparó una guía de preguntas estructurada que se muestra en los anexos de este informe.

A través de las entrevistas se pudo detectar que ambos directores comparten la misma visión para la institución a mediano y largo plazo; ambos tienen claro hacia dónde van con la institución y lo que desean lograr, que es convertir el Instituto en una entidad científica referente a nivel mesoamericano en temas de cambio climático y medio ambiente.

“La visión es que si una universidad de Europa quiere realizar un proyecto relacionado a cambio climático en Centroamérica, a quien busquen para trabajar en conjunto sea al ICC, o si se realiza algún taller centroamericano en agricultura y cambio climático que el instituto sea uno de los principales invitados” (Noriega, 2021).

En las entrevistas se detectó la necesidad de fortalecer la comunicación, especialmente de forma externa, debido al crecimiento constante de la institución y a la vez, el crecimiento en la capacidad de generar información relevante para divulgar. En este sentido, ambos directores señalan que una de las fortalezas más grandes que tiene la institución es la estabilidad económica, lo que puede ser clave para mejorar la comunicación.

A partir de la conversación activa y constante con el comunicador social de la institución se determinó la necesidad de constituir un departamento comunicación y aumentar el recurso humano, para cubrir las necesidades comunicacionales a mediano y largo plazo. Asimismo, se pudo detectar

la necesidad de fortalecer la comunicación externa a corto plazo, para cubrir la comunicación de SGCCC y la organización del IV Congreso Nacional de Cambio Climático 2021.

1.16.4. Grupos focales

Por las restricciones de la emergencia sanitaria debido al virus de la COVID-19, para la elaboración de este diagnóstico de comunicación no se aplicó esta técnica de recopilación de información.

1.16.5. Encuestas

La encuesta es una técnica de recopilación de información propia de la investigación cuantitativa, rápida y eficaz que tiene la ventaja de ser aplicable masivamente presentando un amplio bloque de preguntas a la vez. Anguita (2002) define la encuesta como:

Una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características.

Para profundizar en el diagnóstico de los sistemas y herramientas de comunicación interna que utiliza la institución, se utilizó esta técnica como complemento para la generación de datos que sirvan de sustento para analizar dichos procesos. Para ello, se aplicó esta técnica tomando como muestra a 37 colaboradores del ICC que comprende un 74 % de la población.

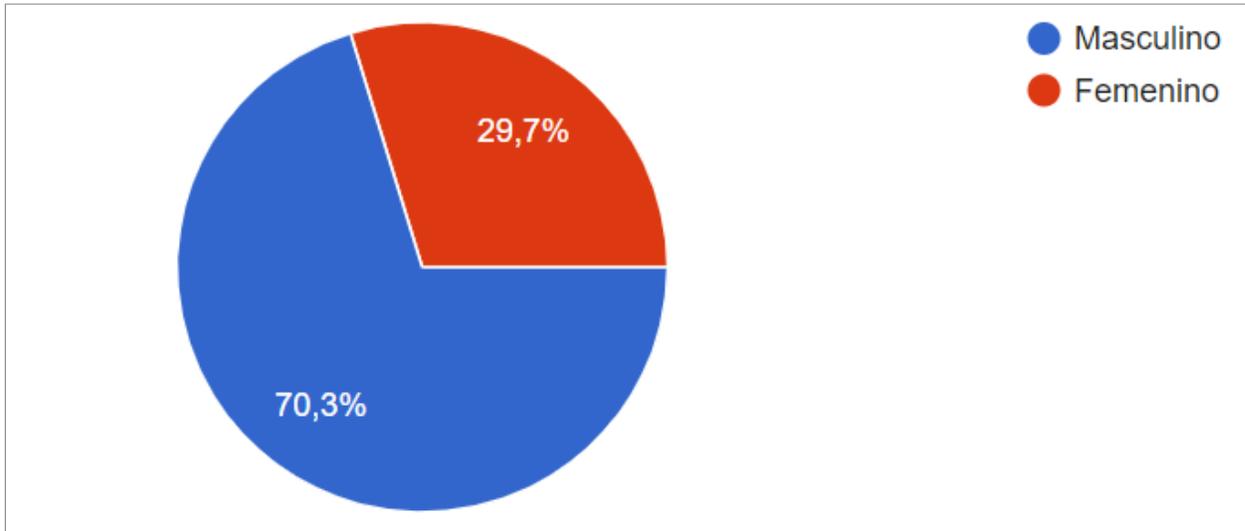
Como instrumento se utilizó un cuestionario, el cual puede definirse como “un documento que recoge de forma organizada los indicadores de las variables implicadas en el objetivo de la encuesta” (Anguita, 2002, pág. 152). El cuestionario utilizado está constituido por un bloque de 20 preguntas, que se trasladaron de manera digital por medio de la plataforma de Google Forms.

En este punto es necesario resaltar que, debido a protocolos internos de la institución, fue imposible incluir en el cuestionario las interrogantes necesarias para profundizar en temas de clima institucional y comunicación interna. En este sentido, no fue posible diagnosticar los procesos internos de la institución más allá de aspectos superficiales, por lo que se deberá desarrollar una estrategia enfocada a la comunicación externa de la institución.

1.17. Interpretación de resultados

Debido a las restricciones por la emergencia mundial del virus de la COVID-19 y a las distancias entre las instalaciones de la institución, el cuestionario se realizó de forma virtual. A continuación, se muestran los resultados de algunas de las interrogantes presentadas en la encuesta:

Figura 2. Indique su sexo:

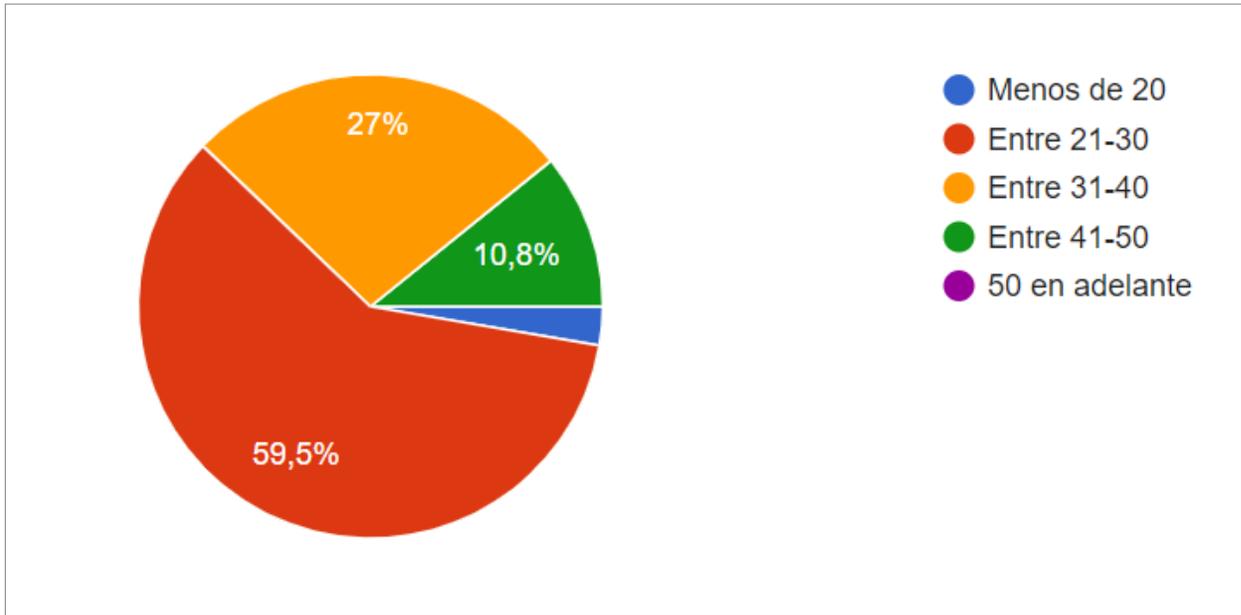


Fuente: elaboración propia

Variable	No. de personas	Porcentaje de encuestados
Masculino	26	70.3 %
Femenino	11	29.7 %

En esta gráfica se muestra que, de 37 personas encuestadas, 26 son de sexo masculino y 11 de sexo femenino, esto indica claramente que ICC cuenta con trabajadores hombres en su mayoría. Esto es un indicador de que aún es baja la participación femenina en instituciones del campo científico, agrónomo y ambiental en Guatemala.

Figura 3. ¿Cuál es su rango de edad?

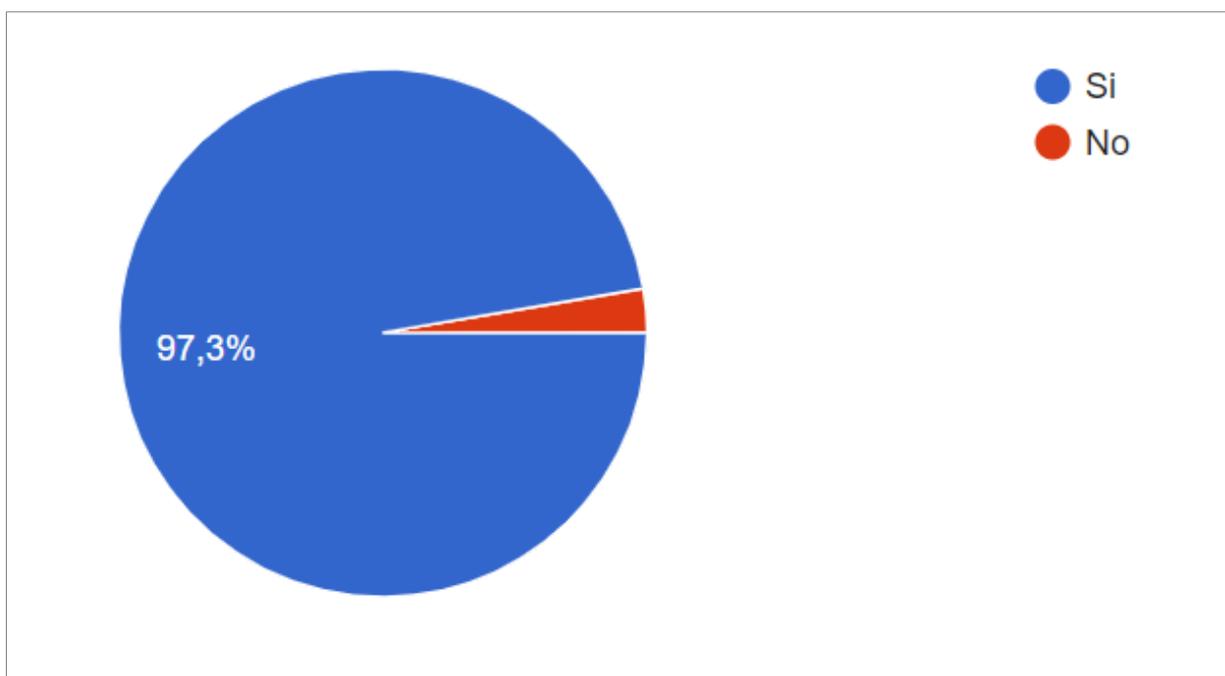


Fuente: elaboración propia

Variable	No. de personas	Porcentaje de encuestados
Menos de 20	1	2.7 %
Entre 21-30	22	59.5 %
Entre 31-40	10	27 %
Entre 41-50	4	10.8 %
50 en adelante	0	0 %

Con los resultados de esta gráfica se puede observar que el ICC cuenta con un promedio joven de trabajadores, ya que más del 60 % de los encuestados es menor de 30 años. Siendo un 2.7 % menor de 20 años y un 59.5 % entre 21 y 30 años.

Figura 4. ¿Conoce la misión y la visión de la institución?

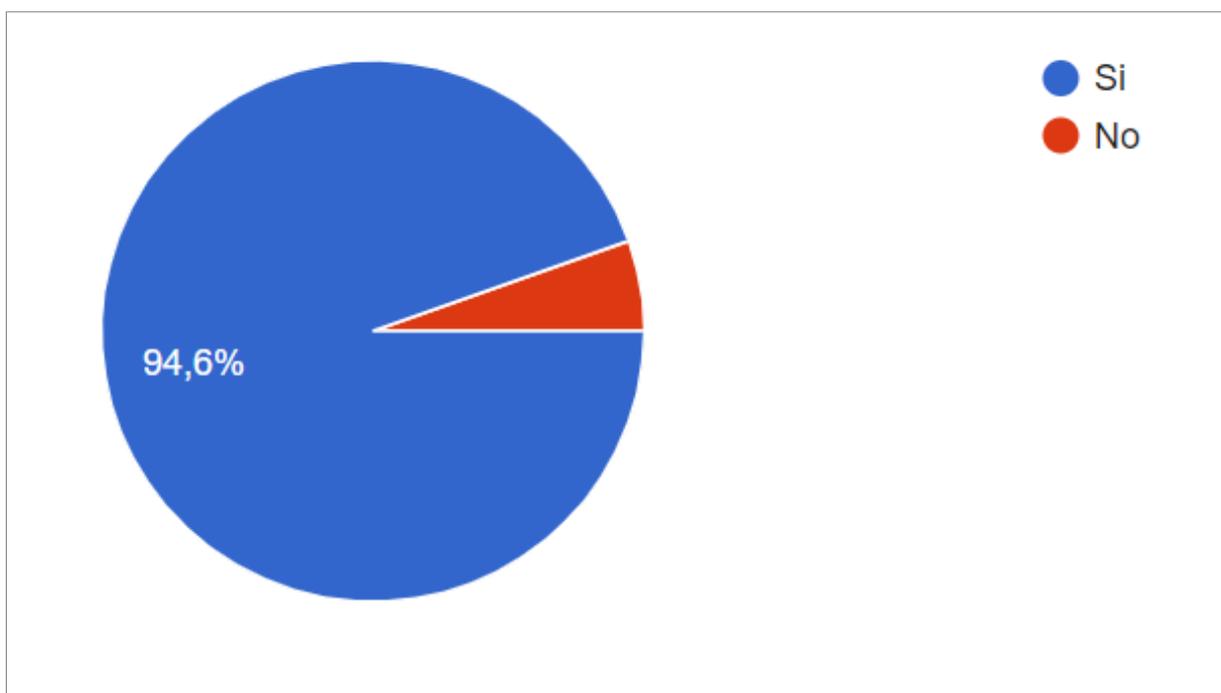


Fuente: elaboración propia

Variable	No. de personas	Porcentaje de encuestados
Si	36	97.3 %
No	1	2.7 %

En esta gráfica se puede observar que los trabajadores del ICC conocen la misión y la visión de la institución, ya que de 37 personas encuestadas solo 1 (2.7 %) no, lo que puede ser un indicador del sentido de pertenencia favorable entre los trabajadores y la institución.

Figura 5. ¿Conoce los objetivos de la institución?

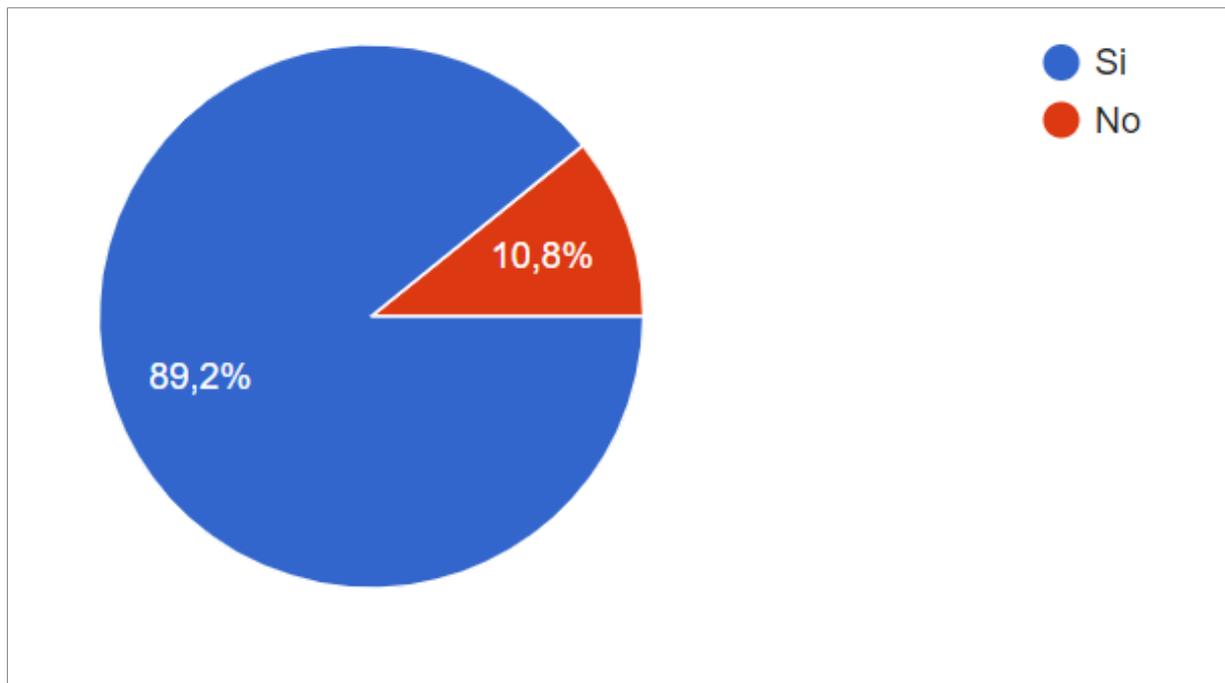


Fuente: elaboración propia

Variable	No. de personas	Porcentaje de encuestados
Si	35	94.6 %
No	2	5.4 %

Entre los encuestados se puede observar que un 94.6 % tiene conocimiento de los objetivos, mientras que un 5.4 % no los conoce, con esto se puede determinar que los trabajadores del ICC están en sintonía con lo que quiere lograr la institución.

Figura 6. ¿Conoce los valores de la institución?

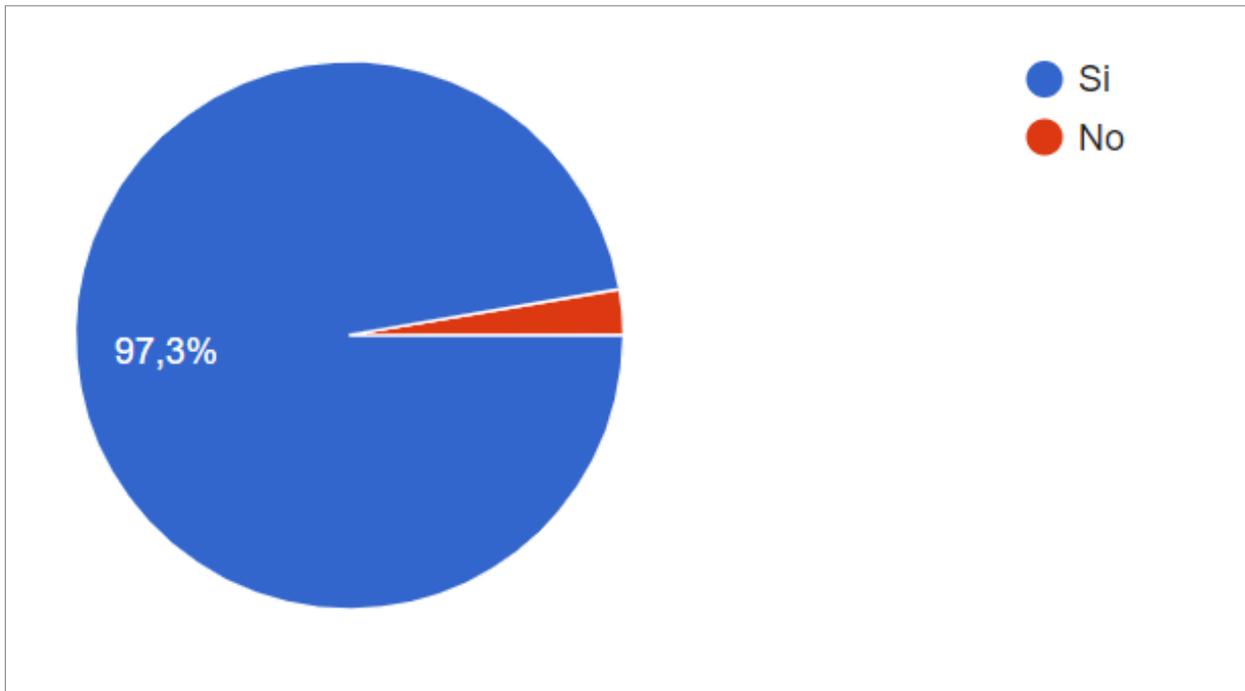


Fuente: elaboración propia

Variable	No. de personas	Porcentaje de encuestados
Si	33	89.2 %
No	4	10.8 %

Con los resultados de esta gráfica se puede determinar que los colaboradores del ICC tienen conocimiento de los valores institucionales, siendo un 89.2 % de los encuestados que dicen conocerlos, mientras que un 10.8 % indican que no los conocen.

Figura 7. ¿Conoce el código de conducta ética de la institución?

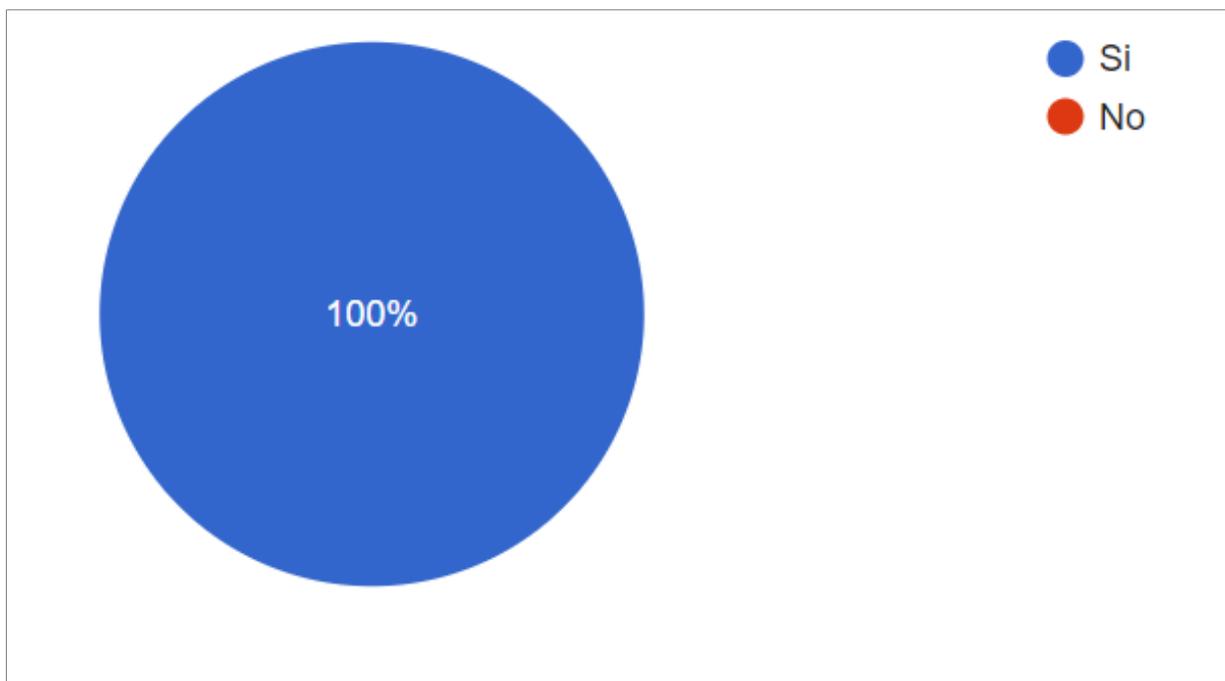


Fuente: elaboración propia

Variable	No. de personas	Porcentaje de encuestados
Si	36	97.3 %
No	1	2.7 %

En esta gráfica se puede apreciar que de 37 colaboradores encuestados el 97.3 % dice conocer el manual de conducta ética de la institución, mientras que 1 persona (2.7 %) indica que no la conoce. Esto determina que los trabajadores del ICC tienen claras las reglas internas y son conscientes de las sanciones que se aplican al infringirlas.

Figura 8. ¿Conoce claramente todas las funciones de su puesto de trabajo?

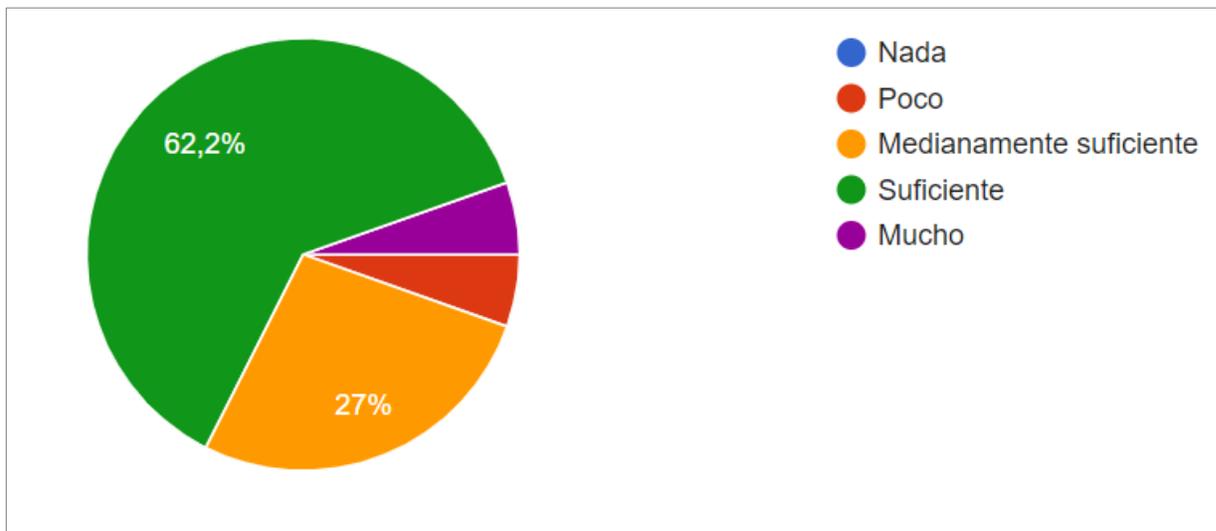


Fuente: elaboración propia

Variable	No. de personas	Porcentaje de encuestados
Si	37	100 %
No	0	0 %

A través de los resultados de esta gráfica se puede determinar que todos los trabajadores conocen sus funciones y tienen claras las responsabilidades de su puesto de trabajo.

Figura 9. ¿Qué tanto se siente enterado de todas las actividades y proyectos que realiza la institución?



Fuente: elaboración propia

Variable	No. de personas	Porcentaje de encuestados
Nada	0	0 %
Poco	2	5.4 %
Medianamente suficiente	10	27 %
Suficiente	23	62.2 %
Mucho	2	5.4 %

Con los datos de esta gráfica se puede determinar que la mayoría de los colaboradores encuestados, siendo un 5.4 % que indica saber mucho y un 62.2 % que dice saber lo suficiente, tienen conocimiento a lo que se dedica la institución.

Tabla 1. Herramientas de comunicación más utilizadas dentro de la institución

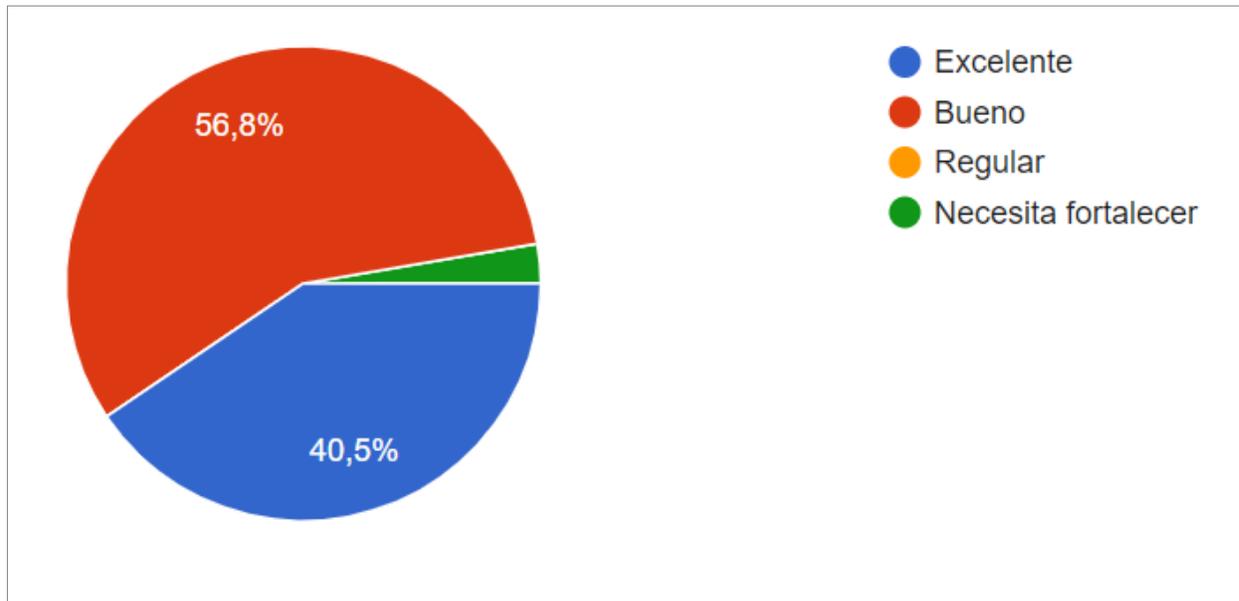
Herramienta de comunicación	Número de personas que la utilizan	Porcentaje de personas que la utilizan
Whatsapp	35	94.60%
Teléfono	33	89.20%
Zoom	30	81.10%
Correo electrónico institucional	27	73%
Correo electrónico personal	16	43.20%
Google Meet	10	27%
Microsoft Teams	5	13.50%
Aplicación ICC	1	2.70%
Telegram	0	0%
Instagram	0	0%
Messenger	0	0%

Fuente: elaboración propia

En esta tabla se puede observar que, para la muestra de colaboradores encuestados, las tres herramientas de comunicación más utilizadas son: WhatsApp, Teléfono y Zoom. Debido a la situación de la pandemia el uso de estas herramientas se impulsó, especialmente herramientas útiles para videoconferencias como Zoom, Google Meet y Microsoft Teams.

En este sentido, se aprecia que las herramientas para un mismo fin, utilizadas en la institución varían en gran medida, no habiendo un estándar institucional. Con esto se puede inferir en que cada coordinador o jefe de área, tiene libertad de decidir la herramienta a utilizar con su equipo para reuniones o traslado de información.

Figura 10. ¿Cómo es su dominio de los canales de comunicación que se utilizan en la institución?

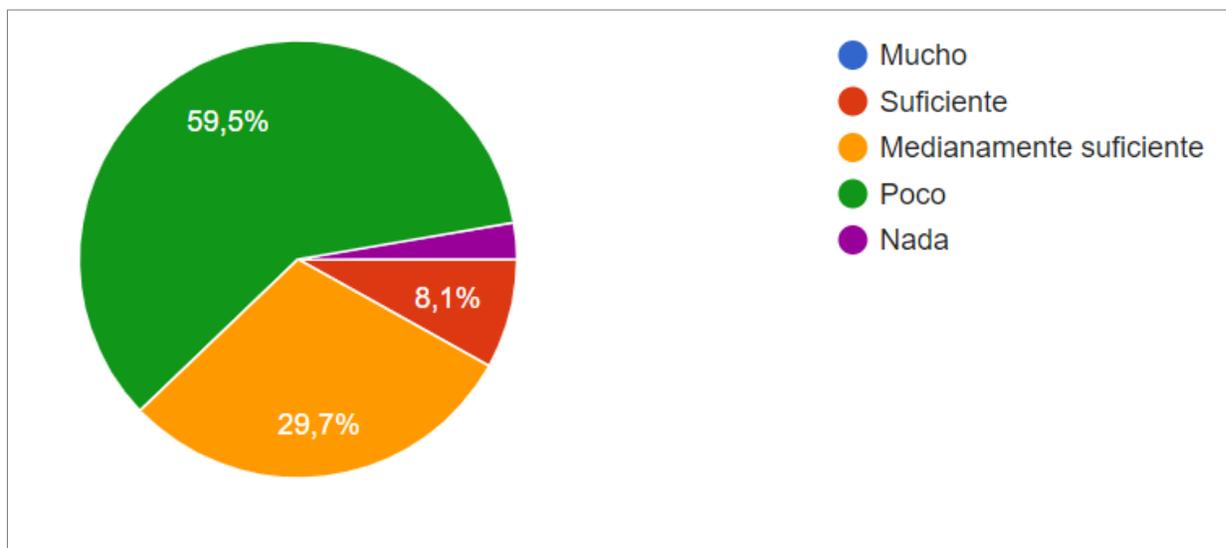


Fuente: elaboración propia

Variable	No. de personas	Porcentaje de encuestados
Excelente	15	40.5 %
Bueno	21	56.8 %
Regular	0	0 %
Necesita fortalecer	1	2.7 %

Con los resultados de esta pregunta se puede interpretar que los colaboradores de ICC saben utilizar los canales de comunicación aplicados en la institución, siendo un 56.8 % que indica tener buen manejo de estas y un 40.5 % indica que su dominio es excelente.

Figura 11. ¿Cuánto le ha afectado la situación actual de la pandemia en términos de comunicación en la institución?



Fuente: elaboración propia

Variable	No. de personas	Porcentaje de encuestados
Mucho	0	0 %
Suficiente	3	8.1 %
Medianamente suficiente	11	29.7 %
Poco	22	59.5 %
Nada	1	2.7 %

Entre los encuestados se puede apreciar que la situación actual de la emergencia mundial por el virus del Covid-19 no ha afectado demasiado a los colaboradores de la institución, siendo solamente un 8.1 % los que indican que han sido afectados. Más del 50 % han sido poco afectados y el 29.7 % indica que fueron medianamente afectados.

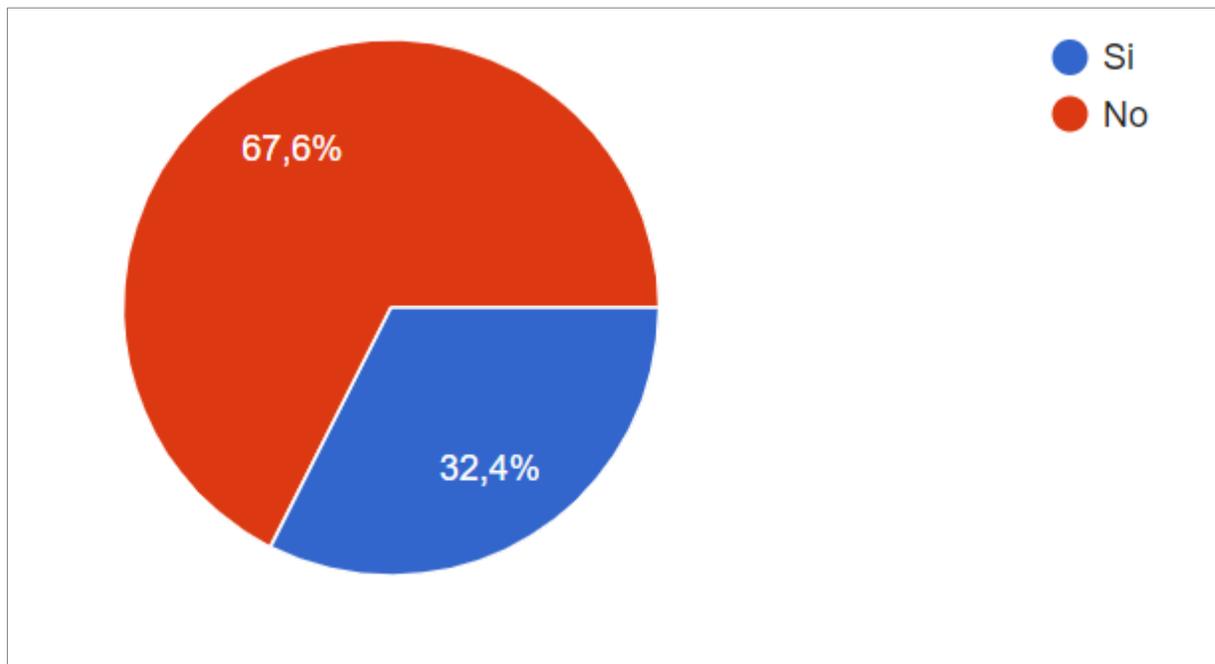
Tabla 2. Redes sociales de ICC que los colaboradores siguen

Red social	Número de colaboradores que la siguen	Porcentaje de colaboradores que la siguen
Facebook	37	100%
Twitter	7	18.90%
Youtube	5	13.50%

Fuente: elaboración propia

En esta tabla se puede apreciar que el 100 % de los colaboradores tienen conocimiento de la página de Facebook de la institución, sin embargo, un porcentaje bajo tiene el conocimiento de las páginas de Twitter y YouTube del ICC. Esto evidencia claramente el poco interés, incluso dentro de la institución por las cuentas de las redes sociales antes mencionadas.

Figura 12. ¿Sigue la página de Facebook del Sistema Guatemalteco de Ciencias del Cambio Climático (SGCCC)?



Fuente: elaboración propia

Variable	No. de personas	Porcentaje de encuestados
Si	25	67.6 %
No	12	32.4 %

Con los resultados de esta gráfica se puede determinar que la mayoría de trabajadores del ICC (67.6 %) no tiene el conocimiento de la página de Facebook del SGCC y un 32.4 % si lo tiene. Esto puede ser un indicador de que los colaboradores desconocen que el instituto tiene a su cargo la secretaría técnica del sistema en el periodo 2020-21.

1.18. FODA

El análisis FODA o SWOT Analysis en inglés, es una herramienta sencilla, ordenada y opcionalmente gráfica, que ayuda a tener una perspectiva del panorama de una situación específica para la posterior toma de decisiones. Las siglas provienen del acrónimo SWOT que en español aluden a las palabras: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

El análisis FODA “consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que, en su conjunto, diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, es decir, las oportunidades y amenazas” (Talcón, 2007, pág. 114). Esta herramienta no es exclusiva de empresas u organizaciones, también puede utilizarse para resolver problemas en el ámbito social, familiar o personal.

Para Talcón (2007) las fortalezas son todas las funciones que la organización realiza correctamente, las capacidades de personal, los recursos considerados valiosos y toda situación favorable para la institución en el medio social. En cambio, las debilidades son las actividades que la institución realiza de forma deficiente o aquellos factores que la vuelven vulnerable.

Las oportunidades están conformadas por los factores externos ambientales no controlados por la institución, que representan elementos de mejora o crecimiento, mientras que las amenazas, al contrario, representan los factores ambientales no controlados que puedan provocar problemas o aspectos negativos (Talcón, 2007).

En esta investigación se aplicó la herramienta de análisis FODA con el objetivo de recopilar los aspectos antes mencionados de forma gráfica, para tener un punto de referencia para construir las estrategias de trabajo. A continuación, se presentan las conclusiones resultantes por cada componente analizado:

Tabla 3. FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Estabilidad económica por tiempo indefinido. • Personal altamente capacitado en cada área de trabajo. • Instalaciones de trabajo agradables, limpias y adecuadas. Instalaciones de hospedaje para los trabajadores que lo requieran. • Imagen reconocida y respetada en el ámbito científico y de cambio climático en Guatemala y El Salvador. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ausencia de un departamento de comunicación constituido. • Falta de recurso humano en comunicación. • Debilidad en la comunicación externa. • Línea telefónica fija no disponible para todos los colaboradores. • Distancia grande entre el lugar de trabajo y la vivienda de algunos de sus colaboradores.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento institucional y territorial a nivel mesoamericano. • Crecimiento en las fuentes de generación y cantidad de información científica y de cambio climático. • Realización de proyectos específicos, para solucionar problemas a corto, mediano y largo plazo, financiados por otras empresas. • Nuevas tecnologías de comunicación que faciliten la transmisión de información y el trabajo de la institución. • Público internacional a través de la versión en inglés del portal web que tiene la institución. • Ventana abierta a diferentes gremios que quieran sumarse como miembros del ICC. 	<ul style="list-style-type: none"> • La falta de interés en las nuevas generaciones por la información sobre Cambio Climático. • La emergencia sanitaria mundial por el virus del Covid-19. • El cambio climático y sus consecuencias en el ambiente. • La vinculación al sector azucarero, lo que amenaza la autonomía y objetividad ante los medios.

Fuente: elaboración propia

1.19. Problemas detectados

Por medio de este diagnóstico de comunicación, se pudo detectar en el Instituto Privado de Investigación sobre Cambio Climático, algunas debilidades que pueden afectar el correcto funcionamiento de los procesos de comunicación de la institución.

Entre uno de los problemas encontrados más significativos, se puede mencionar la ausencia de un departamento de comunicación constituido. El ICC es una institución en constante crecimiento, con aumento de credibilidad, territorio de acción y en la capacidad de generar información que debe ser divulgada. Por lo anterior, se determinó que el instituto tiene una debilidad en cuanto a recurso humano y la capacidad de cubrir las necesidades de comunicación que la institución demande en los próximos años.

Partiendo de lo anterior, es evidente la debilidad que se crea al tener a cargo las obligaciones de comunicación externa del Sistema Guatemalteco de Ciencias del Cambio Climático. Esta debilidad parte de la falta de recurso humano para comunicación, lo que genera saturación de trabajo al único comunicador de la institución, quien tiene como prioridad los medios digitales propios del ICC. Muestra de ello es el estancamiento de la propuesta de comunicación realizada en 2020 para SGCCC, que fue aprobada pero no ejecutada.

Cabe resaltar que, para el presente año, la secretaría técnica del SGCCC es la responsable de organizar e impulsar el IV Congreso Nacional de Cambio Climático 2021. Dicho evento es altamente demandante en trabajo de logística y comunicación, especialmente de manera externa, por lo que será necesario el fortalecimiento inmediato de la comunicación externa de la institución para cubrir las demandas del evento antes mencionado.

Analizando las instalaciones, se detectó la ausencia de una línea telefónica fija que cubra a todos los escritorios del lugar de trabajo. Únicamente la oficina de dirección, de coordinadores y de investigación cuentan con un teléfono de planta, lo que obliga a muchos trabajadores a utilizar su teléfono celular personal para la comunicación que se requiera.

1.20. Planteamiento del problema comunicacional

El Instituto Privado de Investigación sobre Cambio Climático es una institución que genera y divulga información científica clave para la mitigación y adaptación al cambio climático en Guatemala y El Salvador. Al ser una institución referente para instituciones públicas, privadas y comunidades, es importante que los procesos de comunicación estén en correcto funcionamiento. A raíz de la necesidad de realizar un diagnóstico de comunicación para analizar dichos procesos, se planteó la siguiente interrogante:

¿Cómo se efectúan los procesos de comunicación del ICC?

1.21. Indicadores de éxito

Para la realización de un diagnóstico de comunicación, es determinante la disposición que tenga la institución para que la investigación tenga éxito. En el caso de este proyecto, las autoridades del instituto no han tenido problema en compartir el dominio de los medios digitales de ICC y SGCCC, un indicador de la confianza que la institución ha depositado en el estudiante que realiza la investigación.

La institución también tuvo la confianza de compartir las contraseñas de las cuentas premium de diferentes programas de edición y diagramación, como Canva, Premier Pro, Photoshop, Toonly, entre otros. Además, el instituto también ha ofrecido el apoyo técnico a través de las capacidades de sus trabajadores.

Para desarrollar esta investigación, el estudiante de EPS cuenta con equipo propio de computación, fotografía y video. La institución ofreció el financiamiento de viáticos, para cubrir las visitas a las instalaciones centrales, en Santa Lucía Cotzumalguapa, Escuintla. El estudiante también cuenta con internet residencial, que será un elemento crucial para el éxito de este proyecto, debido a que el 80 % de la investigación será realizada virtualmente, debido a la distancia y a la emergencia sanitaria por el virus de la COVID-19.

El estudiante también cuenta con las diferentes herramientas digitales de comunicación y apps gratuitas, que son cruciales para el desarrollo de la investigación y mantener el contacto con la institución y públicos objetivos. También se cuenta con servicio de telefonía, correos electrónicos y aplicaciones de video conferencia, sencillas y fáciles de utilizar.

1.22. Proyecto a desarrollar

Diagnóstico y estrategia de comunicación externa para fortalecer al Instituto Privado de Investigación sobre Cambio Climático -ICC-, Santa Lucía Cotzumalguapa, Escuintla.

Capítulo 2

Plan de Comunicación

2.1. Plan estratégico de comunicación

Todas las acciones comunicativas que una institución necesita para lograr sus objetivos deben ser implementadas bajo procedimientos planificados, es decir, mediante un plan estratégico de comunicación, el cual es descrito por (Viñes & Monserrat Gauchi, 2014, pág. 7) como “un instrumento de previsión de actuaciones para un tiempo determinado, que recoge las acciones de comunicación que debe desarrollar la empresa para conseguir unos objetivos previamente fijados”.

En este sentido, un plan estratégico de comunicación se puede considerar como una herramienta que detalla las acciones de comunicación necesarias y que deben ejecutarse, para lograr los objetivos institucionales. Este debe apoyarse de una metodología basada en acciones que permitan alcanzar los objetivos establecidos.

Para (Viñes & Monserrat Gauchi, 2014) la estructura básica de un plan estratégico de comunicación que puede adaptarse a cualquier organización, consta de seis etapas:

- **Análisis de la situación:** etapa en la que se recopila información y se hace una investigación exhaustiva para conocer los procesos comunicativos de la institución y de la competencia.
- **Diagnóstico de comunicación:** se grafica de forma clara y resumida la situación de la empresa y se determina las ventajas y desventajas que tiene ante la competencia. Se puede utilizar herramientas como FODA.
- **Determinación de los objetivos de comunicación:** luego de conocer la situación de la empresa se define lo que se quiere lograr con el plan.
- **Elección de las estrategias:** determinar las estrategias que permitan conseguir los objetivos antes fijados.

- Definición de los planes de acción: una estrategia debe concluir en acciones que la hagan efectiva; luego de definir las estrategias se concretan las acciones con base a los recursos y la viabilidad de las mismas.
- Evaluación: se realiza un análisis de resultados para medir su efectividad y mejorar las estrategias en el futuro.

En este proyecto, los primeros dos puntos antes mencionados fueron desarrollados en la fase de diagnóstico de comunicación; los puntos restantes que se mencionan serán efectuados en el marco del plan estratégico de comunicación y la ejecución del mismo.

2.2. Misión

La misión del Instituto Privado de Investigación sobre Cambio Climático es “crear y promover acciones y procesos que faciliten la mitigación y la adaptación al cambio climático en la región con base en lineamientos técnico-científicos”.

Gran parte del plan estratégico de comunicación que conforma este proyecto, está enfocado en trasladar a la población información valiosa sobre temas de cambio climático y sus consecuencias, con base en datos científicos encontrados especialmente en el Primer Reporte de Evaluación del Conocimiento sobre Cambio Climático en Guatemala. Esta es una acción que puede facilitar la adaptación y promover la mitigación al cambio climático.

Además de la misión, este proyecto también responde a los objetivos tres y cuatro de la institución, que son “aportar a la disminución de la vulnerabilidad y a facilitar la adaptación al cambio y la variabilidad climática” y “contribuir a la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero y con la fijación de carbono”, ya que informando a la población se aporta en la búsqueda de estas metas.

2.3. Visión

La visión del ICC es “ser una institución privada líder en investigación y desarrollo de proyectos para la mitigación y la adaptación al Cambio Climático en las comunidades y los sistemas productivos de la región mesoamericana”.

El objetivo principal de este plan de comunicación es fortalecer la comunicación externa del ICC, para que tenga mayor capacidad de divulgar información científica sobre cambio climático y a la vez, cubrir responsable y positivamente las demandas de comunicación de la secretaría técnica del SGCCC, lo que posiciona favorablemente el liderazgo e imagen de la institución ante el resto de organizaciones miembros del sistema.

Esta estrategia no solo aporta a la visión de ICC, sino también puede vincularse directamente al cuarto objetivo de la institución que es “apoyar a sus miembros y a distintos actores clave en la gestión ambiental aplicada”, ya que favorece no solo a la sociedad guatemalteca, sino también a diferentes organizaciones dedicadas a la gestión ambiental del país y que forman parte del SGCCC.

2.4. Elementos comunicacionales

2.4.1. La comunicación

Para (Coloma, s.f.) la comunicación puede ser entendida básicamente como “el intercambio de mensajes entre personas”, pero más que un simple intercambio de información, la comunicación es un acto que permite vincular a los seres humanos a través del intercambio de la experiencia, el conocimiento y las emociones, lo cual genera la cultura y sistemas de relación complejos que solo los seres humanos pueden desarrollar a través del lenguaje.

2.4.2. Elementos del proceso de comunicación

El proceso de comunicación es un acto dialógico entre dos o más personas capaces de hacer uso del lenguaje y de establecer relaciones interpersonales. Estudiar la comunicación humana ha llevado a lo largo del tiempo a identificar a aquellos elementos fundamentales que son parte del proceso en el que se da el acto comunicativo. Los elementos básicos del proceso comunicativo son:

- Emisor: sujeto que codifica el mensaje y lo transmite.
- Receptor: sujeto que recibe el mensaje y lo decodifica.
- Mensaje: este contiene la información que un emisor transmite a un receptor.
- Código: es el conjunto de signos empleados para el intercambio de la información.
- Canal: es el medio por el que se envía el mensaje.
- Contexto: es el ambiente que rodea al acto comunicativo y que puede influir en el entendimiento del mensaje de forma positiva o negativa.

2.4.3. Barreras que interfieren en el proceso de comunicación

Al momento de construir un proceso comunicativo, los interlocutores suelen encontrarse con diferentes elementos que impiden total o parcialmente la llegada y/o comprensión del mensaje. Las barreras de comunicación, son obstáculos que se dan en el proceso comunicativo y pueden llegar a entorpecer, hacer menos comprensible o distorsionar un mensaje.

En su tesis de licenciatura (Delgado, 2009) describe los tipos de barreras que impiden el proceso comunicativo, las cuales pueden ser:

- Físicas: aquellas que no están relacionadas con la persona si no con el entorno, se presentan principalmente en el canal o el contexto.
- Fisiológicas: incapacidad de los interlocutores de emitir o recibir el mensaje con claridad, pueden ser condiciones médicas, enfermedades, etc.

- Psicológicas: condiciones emocionales o de personalidad que impidan al emisor y/o receptor completar el proceso comunicativo.
- Semánticas: relacionados con el código, es decir, el significado de las palabras.
- Administrativas: se presentan principalmente en los canales, son menos comunes de distinguir, pero están relacionados con la gestión de la información, la pérdida, sobrecarga o en no planificar ciertos procesos comunicativos.

2.4.4. Comunicación institucional interna y externa

La comunicación en una organización comprende todas las acciones comunicacionales que permiten facilitar el flujo de la información internamente o externamente y representan un pilar que sostiene el funcionamiento correcto de los procesos internos y externos de cualquier institución. La comunicación de una organización se puede implementar de forma interna y externa.

La comunicación interna es la que se lleva a cabo entre los colaboradores de la institución, de esta depende el clima laboral y el funcionamiento de los procesos internos de la organización, mientras que, la comunicación externa está destinada a crear, mantener o mejorar las relaciones entre la institución y sus públicos externos, de esta depende la imagen de la institución, marca, producto, etc.

Para el Instituto Privado de Investigación sobre Cambio Climático y la secretaría técnica del Sistema Guatemalteco de Ciencias del Cambio Climático es importante que la sociedad se informe sobre temas ambientales que son relevantes para la seguridad de todos, por lo que la comunicación estratégica hacia los públicos externos juega un papel importante como distribuidor de información comprensible e interesante, para lograr los objetivos propuestos.

2.4.5. Las redes sociales

Con el avance de la tecnología, la manera de difundir mensajes sufrió una evolución acelerada y los medios de comunicación tradicionales pasaron a convertirse en medios de difusión, teniendo más alcance y siendo estos más interactivos, cambiantes y dinámicos. Con la aparición de la virtualidad y la popularización del internet surgieron las redes sociales, a las cuales (Herrera, 2012) define como los “lugares en internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos”.

En este sentido, la red social puede categorizarse como herramientas que facilitan la interacción entre dos o más personas y la difusión de mensajes a nivel masivo, de manera virtual. Según el autor existen diferentes tipos de redes sociales: las redes profesionales que se utilizan para temas formales, las redes generalistas en donde se ubican las de interacción y entretenimiento, y las redes especializadas.

Desde hace tiempo, las redes sociales han sido herramientas importantes de comunicación para las organizaciones, sin embargo, el distanciamiento social obligado por la emergencia sanitaria en la que se encuentra la humanidad, ha potenciado la manera en la que las empresas pueden beneficiarse de ellas, por lo que hoy son indispensables y es necesario incluirlas en el diseño de cualquier estrategia comunicacional. Para ejecutar las propuestas que comprenden esta estrategia de comunicación externa realizada, las redes sociales priorizadas fueron: Facebook y YouTube.

2.5. Alcances y límites de la estrategia

El presente plan estratégico de comunicación pretende divulgar información relevante sobre temas interesantes de cambio climático, así como promover que la población se informe sobre los mismos y se involucre en eventos relevantes, fundamentados en conocimiento científico.

Dicho plan tendrá como alcance a los actores clave en la gestión ambiental del país y a la población guatemalteca que tenga acceso a internet y a medios digitales como Facebook, que muestren interés

en información científica sobre adaptación al cambio climático, mitigación, ambiente y gestión integrada de recursos naturales. En este sentido, la limitante se encuentra en la cantidad de seguidores orgánicos que tiene la página de Facebook de ICC y de SGCCC.

El alcance de tiempo será limitado por la caducidad de la fase de ejecución del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) que culmina el 31 de julio del 2021. En cuanto a la divulgación de información técnica científica, una limitante podría encontrarse al momento de traducir el lenguaje técnico científico a un lenguaje común para todos, ya que mucha de la información requiere de años de estudio aplicado para su profunda comprensión, agregando también el poco interés de las nuevas generaciones en temas ambientales relevantes para todos.

2.6. Metodología para la aplicación de la estrategia de comunicación

La realización de un plan de comunicación estratégica es una parte importante en la búsqueda de los objetivos para cualquier institución. Como conclusión del diagnóstico de comunicación previamente realizado, se estableció la necesidad de reforzar la comunicación externa de ICC, para potenciar su capacidad operacional con el fin de cubrir responsablemente las demandas de comunicación de la secretaría técnica de SGCCC mientras se mantenga bajo su responsabilidad.

Para llevar a cabo la ejecución de este proyecto y hacer efectivas las acciones que presenta el plan estratégico de comunicación propuesto, se diseñó el camino siguiendo los pasos que se presentan a continuación:

- Analizar la situación y diagnosticar el funcionamiento de los procesos de comunicación del ICC y SGCCC.
- Conocer el manual de funcionamiento de la secretaría técnica del Sistema Guatemalteco de Ciencias del Cambio Climático.
- Leer y conocer el Primer Reporte de Evaluación del Conocimiento sobre Cambio Climático en Guatemala, elaborado en 2019 por los miembros del Sistema Guatemalteco de Ciencias del Cambio Climático.

- Procesar la información presentada en el Primer Reporte de Evaluación del Conocimiento sobre Cambio Climático en Guatemala.
- Presentar la estrategia de divulgación de información clave del Primer Reporte de Evaluación del Conocimiento sobre Cambio Climático en Guatemala para su validación.
- Elaborar el material audiovisual para redes sociales.
- Presentar el material audiovisual al comunicador social de ICC para su revisión y validación.
- Programar el material audiovisual en la página de Facebook del Sistema Guatemalteco de Ciencias del Cambio Climático.
- Participar en las reuniones semanales del comité organizador del IV Congreso Nacional de Cambio Climático 2021.
- Coordinar reuniones en conjunto con el comunicador social de ICC y la comunicadora social de FUNCAGUA.
- Contribuir con la promoción del IV Congreso Nacional de Cambio Climático 2021.
- Elaborar material audiovisual para la promoción del IV Congreso Nacional de Cambio Climático 2021.
- Presentar el plan promoción del IV Congreso Nacional de Cambio Climático 2021 al comité organizador para su validación.
- Gestionar los medios digitales del SGCCC.
- Crear y diseñar la página de YouTube del SGCCC.

2.6.1. Objetivos de la estrategia

“Un objetivo es la manifestación de un propósito, una finalidad, y está dirigido a alcanzar un resultado, una meta o un logro. Los objetivos representan el para qué de una acción” (Barrera, 2005, pág. 19).

2.6.1.1. Objetivo general

Fortalecer la comunicación externa del Instituto Privado de Investigación sobre Cambio Climático.

2.6.1.2. Objetivos específicos

- Divulgar el Primer Reporte de Evaluación del Conocimiento sobre Cambio Climático en Guatemala.
- Promover el IV Congreso Nacional de Cambio Climático 2021.
- Incrementar la cantidad de seguidores del SGCCC en Facebook.

2.6.2. Acciones para conseguir los objetivos

Propuesta No. 1

Divulgar información clave e interesante del Primer Reporte de Evaluación del Conocimiento sobre Cambio Climático en Guatemala, en la página de Facebook del Sistema Guatemalteco de Ciencias del Cambio Climático por medio de contenido multimedia bajo el lema “Aprendamos sobre #CambioClimático”.

El Primer Reporte de Evaluación del Conocimiento sobre Cambio Climático en Guatemala es un documento extenso, elaborado en 2019 por los miembros del Sistema Guatemalteco de Ciencias del Cambio Climático, que contiene información de cambio climático relevante, así como estudios acerca de la situación ambiental en la que se encuentra el país y los escenarios futuros que muestran las posibles consecuencias del cambio climático.

Dicho reporte está redactado en un lenguaje técnico científico que resulta ser poco digerible para el público en general, por esta razón, esta estrategia se enfoca también en eliminar la barrera semántica que se genera entre la información y el público externo, para que la información llegue eficazmente a la población. Esta propuesta también aporta al crecimiento de la comunidad del SGCCC en Facebook.

Propuesta No. 2

Contribuir con el diseño de productos comunicacionales para la logística y promoción del IV Congreso Nacional de Cambio Climático 2021. Esta propuesta comprende la elaboración y ejecución de un plan de comunicación para promover el evento que se llevará a cabo del 02 al 06 de agosto de 2021 de forma virtual, a través de transmisiones en vivo por medio de YouTube.

El Congreso Nacional de Cambio Climático es una iniciativa de la Red de Formación e Investigación Ambiental (REDFIA) que se realiza cada dos años, y que ha sido impulsado por el Sistema Guatemalteco de Ciencias del Cambio Climático desde 2016. Este evento tiene el propósito de integrar el conocimiento, instituciones e iniciativas relacionadas al cambio climático, para maximizar su beneficio al país. La emergencia sanitaria de la COVID-19, provocó que se aplazara un año y que se realice de forma virtual.

Esta propuesta consiste en divulgar en los medios digitales del SGCCC los detalles del evento y generar expectativa para promover la máxima participación de la población y los actores clave de la gestión ambiental y de cambio climático del país. Asimismo, involucra la creación de la línea gráfica, el diseño de productos comunicacionales para la logística y promoción del evento y la creación de la página de YouTube del SGCCC, en donde se llevarán a cabo las transmisiones en vivo.

Propuesta No. 3

Gestionar los medios digitales del Sistema Guatemalteco de Ciencias del Cambio Climático.

2.6.3. Los indicadores para medir su cumplimiento

Los indicadores del cumplimiento de la estratégica de comunicación propuesta en este plan de comunicación serán los productos comunicacionales generados para el Sistema Guatemalteco de

Ciencias del Cambio Climático, los cuales pueden ser observados más adelante en este informe, específicamente en el capítulo tres, fase de ejecución del plan.

Al concluir la ejecución del plan de comunicación, también es importante evaluar la efectividad del mismo para saber si la ejecución tuvo el impacto deseado y para tener un panorama de los aspectos que se pueden mejorar en el futuro. Para evaluar los resultados de la estrategia se revisarán las métricas generadas por los propios medios digitales utilizados, esto permitirá conocer el alcance y el impacto que tuvo la estrategia.

2.6.4. Los instrumentos

El instrumento que presentará los plazos de aplicación y las actividades de la estrategia será el cronograma de actividades desarrollado más adelante en este informe.

2.6.5. Actividades para la operatividad de la estrategia

Para la operatividad de la propuesta número uno se realizarán las siguientes actividades:

- Conocer e interpretar el Primer Reporte de Evaluación del Conocimiento sobre Cambio Climático en Guatemala.
- Creación de videos cortos informativos.
- Creación de infografías con datos curiosos y relevantes.
- Creación de *gif* y redacción de notas informativas.
- Publicación de los diferentes productos multimedia.

Para la operatividad de la propuesta número dos se realizarán las siguientes actividades:

- Reuniones semanales con el comité organizador del IV Congreso Nacional de Cambio Climático 2021, de forma virtual.

- Reuniones constantes con el comunicador social de ICC, de forma virtual.
- Reuniones mensuales con el panel de coordinación del Sistema Guatemalteco de Ciencias del Cambio Climático, de forma virtual.
- Realización del plan de comunicación para la promoción y divulgación del IV Congreso Nacional de Cambio Climático 2021.
- Presentación del plan de comunicación al comité organizador del congreso.
- Creación de publicaciones para Facebook.
- Creación de historias para redes sociales.
- Creación de la página de YouTube del SGCCC.
- Creación de portadas para Facebook, YouTube y Google Forms.
- Creación del diseño para portanombres.
- Creación del diseño de diplomas y certificados.
- Creación del diseño de *Back Panel*.
- Creación del diseño de la agenda oficial del congreso.
- Creación del diseño de la convocatoria de prensa.
- Participación en la conferencia de prensa virtual.
- Publicación de las diferentes artes.
- Monitoreo de medios para conocer el impacto de la conferencia de prensa.
- Participación presencial en la inauguración del IV Congreso Nacional de Cambio Climático 2021.
- Interacción con el público en las transmisiones en vivo de las sesiones del congreso.
- Participación presencial en la clausura del IV Congreso Nacional de Cambio Climático 2021.

Para la operatividad de la propuesta número tres se realizarán las siguientes actividades:

- Creación de artes gráficas.
- Redacción de notas informativas.
- Publicaciones en los medios digitales.

2.7. Financiamiento

La fuente de financiamiento directa para la realización de las acciones de este plan estratégico de comunicación es el Instituto Privado de Investigación sobre Cambio Climático, quien ha favorecido al estudiante de EPS con el pago de una cuenta Premium de Canva, herramienta muy útil para hacer efectivo el presente plan, así como el pago de viáticos en caso de ser necesario viajar a las instalaciones centrales, ubicadas en Santa Lucía Cotzumalguapa, Escuintla.

En cuanto a recurso humano, las acciones llevadas a cabo para hacer efectivo este plan estratégico de comunicación, serán realizadas de forma voluntaria por el estudiante de EPS por lo que se comprende como trabajo orgánico (sin costo) para la fuente de financiamiento directa que es ICC.

Para las acciones del evento del IV Congreso Nacional de Cambio Climático 2021, el financiamiento para la promoción, la organización de la conferencia de prensa, reingeniería de la página web, transmisión de evento y otros gastos necesarios serán donados por diferentes miembros que conforman el SGCCC y que son parte del comité organizador de la actividad.

2.8. Presupuesto

Para la operatividad de esta estrategia, los gastos que requiera la realización de cada actividad necesaria provienen principalmente del estudiante de EPS quien está realizando este proyecto. La mayor parte de la estrategia está pensada en realizarse sin generar gasto, utilizando herramientas gratuitas como redes sociales, programas de edición gratuitos, así como equipo de cómputo, de oficina y servicio de internet propio del estudiante. Otros gastos varios serán cubiertos por el ICC.

A pesar de la colaboración voluntaria del estudiante de EPS, en acuerdo por la realización de la práctica de comunicación, el trabajo involucrado en la estrategia tiene un costo real que basado en referencias se puede aproximar de la siguiente manera:

Tabla 4. Presupuesto

Detalle	Cantidad	Costo	Financiamiento
Gestión de redes sociales	7 meses	Q31,500.00	Estudiante
Artes gráficas informativas	38	Q7,200.00	Estudiante
Plan de comunicación para la promoción del IV Congreso Nacional de Cambio Climático 2021	1	Q15,000.00	Estudiante
Diseño del logo oficial del IV Congreso Nacional de Cambio Climático 2021.	1	Q9,000.00	ICC
Ingeniería informática para la página web del Congreso	1	Q12,375.00	ICC
Servicios de transmisión del Congreso	1	Q8,850.00	Universidad Galileo
Servicio de internet	7 meses	Q1,750.00	Estudiante
Otros gastos varios (viáticos, etc.)	---	Q500.00	Estudiante
Total		Q86,175.00	

Fuente: elaboración propia

2.9. Beneficiarios

El beneficiario directo de este plan estratégico de comunicación será el Instituto Privado de Investigación sobre Cambio Climático, el cual será fortalecido en sus procesos de comunicación externa, para cubrir las demandas de comunicación propias y de la secretaría técnica del SGCCC. Esto incluye al público interno que son sus colaboradores.

Como beneficiarios indirectos se puede mencionar a las instituciones miembros del Sistema Guatemalteco de Ciencias de Cambio Climático quienes se verán beneficiados en el crecimiento de su comunidad en redes sociales. Otro beneficiario externo es la sociedad guatemalteca que obtendrá información valiosa en temas de cambio climático, ambiente y gestión integral de recursos naturales, lo cual es importante para promover la adaptación al cambio climático, la mitigación y el cuidado del ambiente y la biodiversidad, lo que propiciará un mejor futuro para las personas.

2.10. Recursos humanos

A continuación, se enlistan las personas involucradas en este proyecto:

- Berny Ortega, estudiante de EPS de licenciatura quien realiza el proyecto.
- Kevin Roger Pérez, comunicador social ICC; encargado de revisar y validar el trabajo del estudiante de EPS y quien apoyará para el IV Congreso Nacional de Cambio Climático 2021.
- Vanessa Paiz, comunicadora social de FUNCAGUA; apoyo para el IV Congreso Nacional de Cambio Climático 2021.
- Werner de León, informático de ICC; apoyo a la página web del IV Congreso Nacional de Cambio Climático 2021.
- Ing. Oscar González, coordinador del Programa de Gestión de Proyectos y Cooperación, jefe inmediato del comunicador social.
- PhD. Alex Guerra, director general de ICC.

2.11. Área geográfica de acción

La ciudad de Guatemala y las instalaciones centrales de ICC en Santa Lucía Cotzumalguapa, Escuintla, serán las áreas geográficas en las que se llevarán a cabo las acciones de este plan de comunicación, entendiéndolas como los epicentros en los que las acciones digitales se elaboran, revisan y se validan, a través de la constante comunicación por medio de llamadas telefónicas, WhatsApp, Zoom, Google Meet y correo electrónico.

2.12. Cuadro comparativo de la estrategia

Tabla 5. Cuadro comparativo de la estrategia

Actividad o producto comunicacional	Objetivos específicos	Presupuesto	Recurso humano	Área geográfica de Impacto	Beneficiarios	Fecha de ejecución
Conocer e interpretar el reporte, crear videos informativos cortos, crear infografías sobre datos curiosos e interesantes, crear gif y redactar notas informativas, publicar los productos.	Divulgar la información del Primer Reporte de Evaluación del Conocimiento sobre el Cambio Climático en Guatemala	Creación de artes gráficas informativas: Q7,200.00	Berny Ortega, estudiante de EPS	Guatemala	ICC, miembros del SGCCC y sociedad guatemalteca	Abril - Septiembre
Reuniones semanales con el comité organizador, reuniones virtuales con el equipo de comunicación, realización plan de promoción, presentar plan de promoción, crear post, historias, portadas, página de YouTube, diplomas, certificados, back panel, agenda, porta nombres, convocatoria de prensa, participar en conferencia de prensa, monitorear medios, participar en el congreso.	Promover el IV Congreso Nacional de Cambio Climático 2021	Promoción del IV Congreso Nacional de Cambio Climático 2021: Q15,000.00	- Berny Ortega, estudiante de EPS - Kevin Pérez, comunicador de ICC - Vanessa Paiz, comunicadora de FUNCAGUA - Werner de León, informático de ICC	Guatemala	ICC, miembros del SGCC y sociedad guatemalteca	Julio -Agosto

Creación de artes gráficas, redacción de notas informativas, publicar contenido en los medios digitales	Incrementar la cantidad de seguidores del SGCCC en Facebook	Gestión de medios digitales por 7 meses: Q31,500.00	Berny Ortega, estudiante de EPS	Guatemala	ICC, miembros del SGCCC	Marzo – Septiembre
---	---	---	---------------------------------	-----------	-------------------------	--------------------

Fuente: elaboración propia

2.13. Cronograma del plan de comunicación

Tabla 6. Cronograma del plan de comunicación

Actividades	Marzo						Abril																	
	08	11	15	21	22	26	01	05	07	08	09	12	14	16	19	21	22	23	26	27	28	29	30	
Reunión semanal del comité organizador del IV Congreso Nacional de Cambio Climático 2021																								
Gestión de medios digitales del SGCCC																								
Presentación de estrategia de divulgación del Primer Reporte de Evaluación del Conocimiento de Cambio Climático en Guatemala																								
Publicaciones de divulgación del Primer Reporte de Evaluación del Conocimiento sobre Cambio Climático en Guatemala																								
Publicación convocatoria de concurso de diseño del logo del IV Congreso Nacional de Cambio Climático 2021																								
Publicación ganadora del concurso de diseños del logo																								

Capítulo 3

Ejecución de la estrategia

3. Informe de la ejecución

3.1. Ejecución 1. Divulgación del Primer Reporte de Evaluación del Conocimiento sobre Cambio Climático en Guatemala

Objetivo de la actividad

Divulgar información clave e interesante extraída del Primer Reporte de Evaluación del Conocimiento sobre Cambio Climático en Guatemala en la página de Facebook del Sistema Guatemalteco de Ciencias del Cambio Climático por medio de contenido multimedia. De esta manera se da a conocer el documento al público externo, se informa a la población sobre temas ambientales y de cambio climático y se promueve el crecimiento de la comunidad del SGCCC.

Medio utilizado

- Facebook
- YouTube

Área geográfica de impacto

- Todo el territorio guatemalteco

Presupuesto en esta ejecución

El costo de referencia para la ejecución total de esta propuesta es de Q7200.00.

Comprobación de material

Figura 13. Videos cortos, animados e informativos para Facebook y YouTube



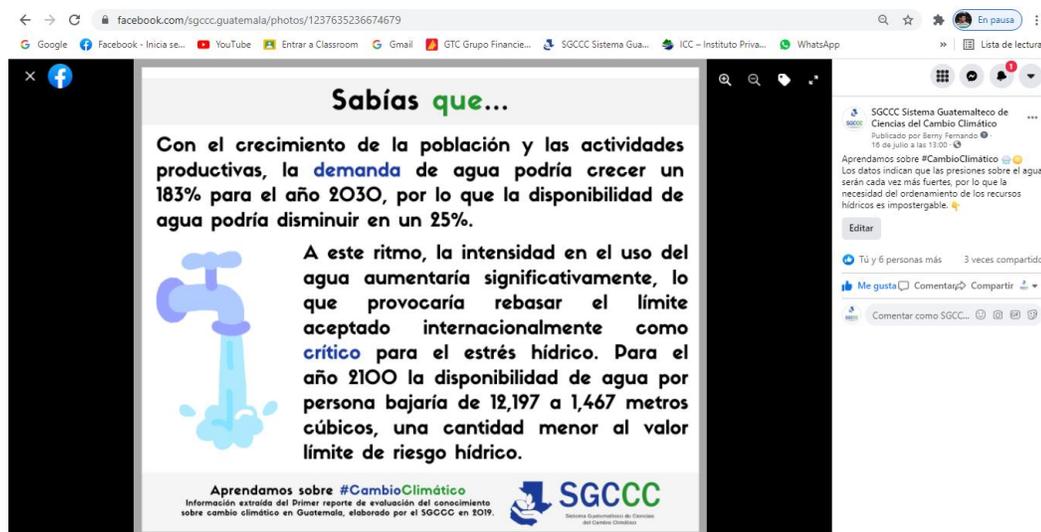
Enlace en Facebook:

<https://www.facebook.com/sgccc.guatemala/videos/174029708111505>

Enlace en YouTube:

<https://www.youtube.com/watch?v=YY4VQEfCuYE>

Figura 14. Infografías breves con datos curiosos e interesantes para Facebook



Enlace: <https://www.facebook.com/sgccc.guatemala/photos/1237635236674679>

Figura 15. Gif ilustrativos y notas informativas



Enlace: <https://www.facebook.com/sgccc.guatemala/posts/1240868149684721>

3.2. Ejecución 2. Promoción del IV Congreso Nacional de Cambio Climático 2021

Objetivo de la actividad

Divulgar en medios digitales los detalles del IV Congreso Nacional de Cambio Climático 2021 y promover la máxima participación de la sociedad en el evento.

Medio utilizado

- Facebook
- YouTube
- Página web

Área geográfica de impacto

- Todo el territorio guatemalteco

Presupuesto en esta ejecución

El costo de referencia para esta propuesta es de Q15 000.00.

Comprobación de material

Figura 16. Portadas para Facebook



Enlace: https://www.facebook.com/sgccc.guatemala/?ref=pages_you_manage

Figura 17. Creación y diseño de la página de YouTube del SGCCC



Enlace: <https://www.youtube.com/channel/UCHVVDkiXHeRuoHwHWqGE-Ng>

Figura 18. Post para Facebook



Enlace: <https://www.facebook.com/141023403002540/posts/1231862077251995/>

Figura 19. Historias para redes sociales



Figura 20. Convocatoria de prensa

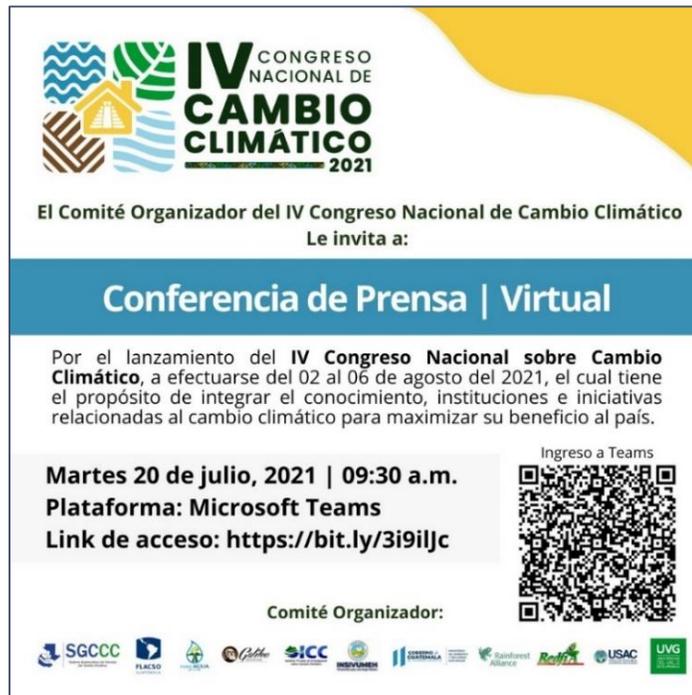


Figura 21. Diseño de certificados y diplomas

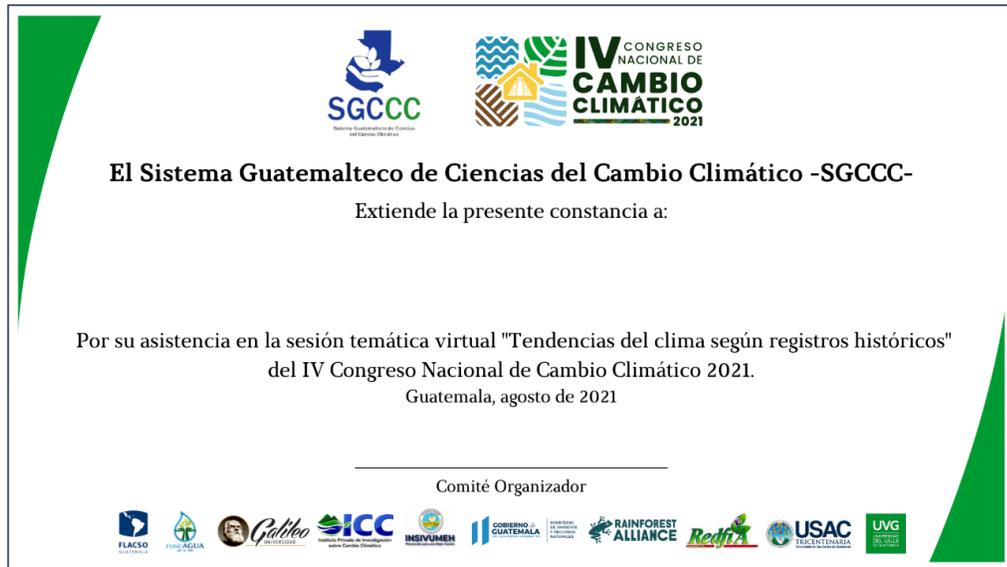


Figura 22. Diseño de back panel o pared publicitaria



Figura 23. Diseño de la agenda oficial del evento

Horario	Evento	Actividades	Ponente encargado	Enlace
10:30 - 10:35		Himno Nacional		
10:35 - 10:40		Palabras del Ministro del Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales (MARN)	Ministro Mario Rojas Espino	
10:40 - 10:45		Palabras del Viceministro de Recursos Naturales y Cambio Climático del MARN	Viceministro Fredy Antonio Chiroy	
10:45 - 10:55		Palabras de representante del Centro Regional de Colaboración de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (CMNUCC)	Sr. Carlos Ruíz CMNUCC	Clic aquí

Enlace: <https://sgccc.org.gt/congreso/agenda/>

Figura 24. Diseño de portanombres



Figura 25. Diseño de promocionales para cada sesión virtual



Enlace: <https://www.facebook.com/sgccc.guatemala/photos/1250745202030349>

3.3. Ejecución 3. Gestión de medios digitales del SGCCC

Objetivo de la actividad

Gestionar los medios digitales del Sistema Guatemalteco de Ciencias del Cambio Climático para fortalecer la comunicación externa y contribuir al crecimiento de su comunidad en Facebook.

Medio utilizado

- Facebook
- Página web

Área geográfica de impacto

- Todo el territorio guatemalteco

Presupuesto en esta ejecución

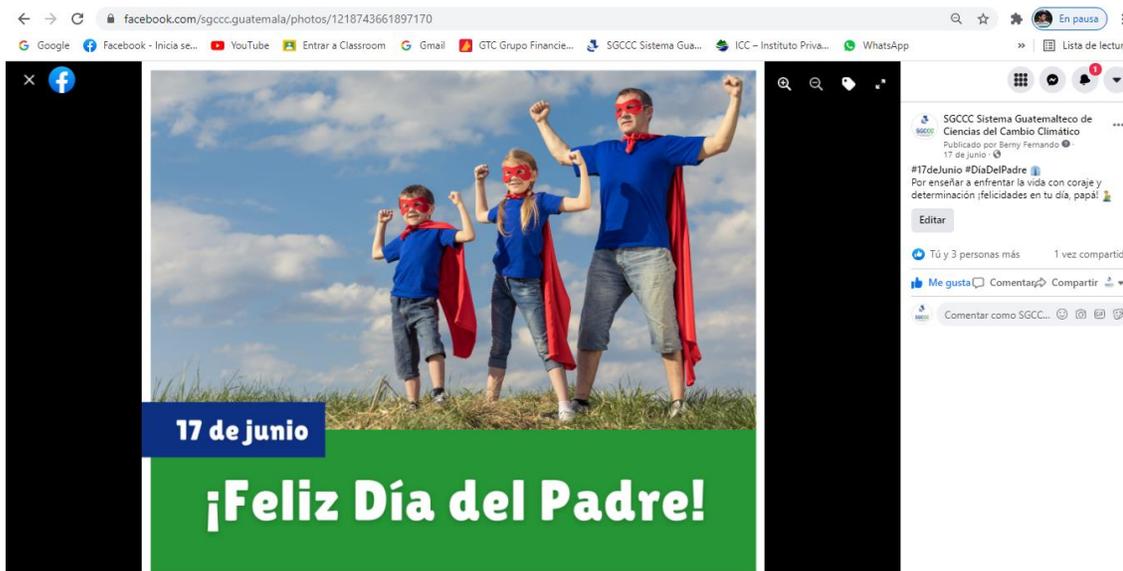
El costo de referencia para esta propuesta es de Q31 500.00.

Comprobación del material

Figura 26. Artes gráficas para Facebook



Enlace: <https://www.facebook.com/sgccc.guatemala/posts/1161949237576613>



Enlace: <https://www.facebook.com/sgccc.guatemala/photos/1218743661897170>

Figura 27. Elaboración de notas informativas para la página web y publicación en Facebook



Enlace web: <https://sgccc.org.gt/se-realizara-el-seminario-transicion-energetica-para-la-movilidad-sostenible/>

Enlace Facebook: <https://www.facebook.com/sgccc.guatemala/posts/1239549363149933>



Enlace web: <https://sgccc.org.gt/se-realiza-la-sexta-mesa-de-ciencias-del-clima-2021/>

Enlace Facebook: <https://www.facebook.com/sgccc.guatemala/posts/1241627492942120>

3.4. Actividades y calendarización

Tabla 7: Actividades y calendarización

Actividades	Febrero										
Fechas (días)	02	03	04	05	06	07	08	09	11	22	
Conferencias de Propedéutico											
Entrega de guía para realizar trabajo de propedéutico											
Entrega de trabajo Propedéutico											

Actividades	Marzo						Abril																	
Fechas (días)	08	11	15	21	22	26	01	05	07	08	09	12	14	16	19	21	22	23	26	27	28	29	30	
Fase diagnóstico de comunicación																								
Entrega de perfil de la institución, reunión informativa y recepción de expedientes																								
Viaje a las instalaciones centrales de ICC																								
Entrevistas a PhD. Alex Guerra, director general de ICC y al Ing. Luis Reyes, director de operaciones de ICC																								
Realización de encuestas virtuales																								
Reunión mensual de equipo de ICC																								
Reunión semanal del comité organizador del IV Congreso Nacional de Cambio Climático 2021																								
Gestión de medios digitales del SGCCC																								
Presentación de estrategia de divulgación del Primer Reporte de Evaluación del Conocimiento de Cambio Climático en Guatemala																								
Publicaciones de divulgación del Primer Reporte de Evaluación del Conocimiento sobre Cambio Climático en Guatemala																								

Conclusiones

- Fue necesario fortalecer los procesos de comunicación externa del ICC para gestionar responsablemente los medios digitales del Sistema Guatemalteco de Ciencias del Cambio Climático y cubrir las demandas de comunicación externa del IV Congreso Nacional del Cambio Climático 2021.
- Debido a diferentes políticas internas de la institución, no fue posible diagnosticar de manera profunda la comunicación interna y el clima laboral, por lo que, fue necesario enfocar el proyecto al fortalecimiento de la comunicación externa de la institución.
- A partir del diagnóstico de comunicación realizado, se pudo determinar la necesidad que tiene el Instituto Privado de Investigación sobre Cambio Climático de crear un departamento de comunicación y aumentar el recurso humano, esto debido al crecimiento que tiene la institución en su área geográfica de acción y en la capacidad de generar información relevante para divulgar.
- La propuesta de divulgación del Primer Reporte de Evaluación del Conocimiento sobre Cambio Climático en Guatemala, ha contribuido positivamente con información clara, relevante e interesante a la población guatemalteca, la cual necesita estar informada para promover la mitigación y adaptación de la sociedad al cambio climático.
- Se ejecutó una propuesta para la promoción en redes sociales y el lanzamiento del IV Congreso Nacional de Cambio Climático 2021. Dicha propuesta promovió de manera exitosa la participación de los sectores interesados en el evento.
- La gestión de los medios digitales del SGCCC, en conjunto con las propuestas de divulgación del Primer Reporte de Evaluación del Conocimiento sobre Cambio Climático en Guatemala y la promoción del IV Congreso Nacional de Cambio Climático 2021, aumentaron de 1328 a 1852 la cantidad de seguidores en la página de Facebook, haciendo crecer la comunidad en un 39.4% aproximadamente.

Recomendaciones

- Se recomienda al Instituto Privado de Investigación sobre Cambio Climático la creación de un departamento de comunicación debidamente reconocido en la estructura organizacional de la institución y el aumento de recurso humano, para cubrir las demandas de comunicación que se presenten a mediano y largo plazo.
- Se recomienda a la institución próxima a adoptar la secretaría técnica del SGCCC continuar con la divulgación de información clave del Primer Reporte de Evaluación del Conocimiento sobre Cambio Climático en Guatemala y de las siguientes actualizaciones que se elaboren.
- Se recomienda a la institución próxima a adoptar la secretaría técnica del SGCCC continuar con la generación contenido audiovisual informativo, para continuar con el crecimiento de la comunidad externa del Sistema y así asegurar que la información relevante llegue a más sectores de la sociedad y actores clave del cambio climático en Guatemala.
- Se recomienda al ICC la instalación de una línea telefónica fija en cada área de trabajo, para mejorar el acceso a la comunicación interna y externa de los colaboradores.
- Se recomienda a la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala asignar un único asesor durante el tiempo completo del proceso de EPS, para evitar que la diferencia en el criterio de evaluación de cada asesor confunda al estudiante durante el proceso.

Referencias

Anguita, J. C. (2002). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). Madrid: Departamento de Planificación y Economía de la Salud.

Barrera, J. H. (2005). Cómo formular objetivos de investigación. Caracas: Quirón Ediciones.

Bastar, S. G. (2012). Metodología de la investigación. Estado de México: Red Tercer Milenio S.C.

Bravo, L., Valenzuela, A., Ramos, P., & Tejada, A. (2019). Perspectiva teórica del diagnóstico organizacional. Revista venezolana de gerencia, 88.

Climático, S. G. (2019). Primer reporte de evaluación del conocimiento sobre cambio climático en Guatemala. Guatemala: Editorial Universitaria UVG.

Coloma, M. d. (s.f.). Manual de comunicación estratégica. Lima: Comunicaciones Aliadas.

Delgado, N. E. (2009). Los ruidos de la comunicación en un agencia de publicidad. (Tesis de Licenciatura). Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala.

Hernández, R. L. (2000). La investigación en la comunicación organizacional. Guatemala: Universidad Rafael Landívar .

Herrera, H. H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión . Reflexiones, 121-128.

ICC. (2020). Informe de labores ICC. Guatemala: Editorial Servi Prensa.

Maya, E. (2014). Métodos y técnicas de investigación. Una propuesta ágil para la presentación de trabajos científicos en las áreas de arquitectura, urbanismo y disciplinas afines. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Mejia, E. M. (2005). Técnicas e instrumentos de investigación. Lima: Unidad de Post Grado de la Facultad de Educación de la UNMSM.

Noriega, A. G. (2021, 04 22). (B. Ortega, Interviewer)

Orellana, D., & Sánchez, C. (2006). Técnicas de recolección de datos en entornos virtuales más usadas en la investigación cualitativa. *Revista de Investigación Educativa*, 205-222.

Prieto, D. (1985). Diagnóstico de comunicación. CIESPAL.

Razo, C. M. (2011). Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis. Mexico: PEARSON EDUCACIÓN.

Reyes, L. (2021, 04 22). (B. Ortega, Interviewer)

Sampieri, R., Collado, C., & Baptista, M. (2014). Metodología de la investigación . Mexico: McGraw - Hill/ Interamericana Editores, S.A.

Sautu, R., Boniolo, P., Dalle, P., & Elbert, R. (2005). Construcción del marco teórico, formulación de objetivos y elección de metodología. Buenos Aires: CLACSO.

Talacón, H. P. (2007). La matriz foda: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas. *Enseñanza e investigación en Psicología*, 113-130.

Viñes , T., & Monserrat Gauchi, J. (2014). El plan estratégico de comunicación. Estructura y funciones. *Razón y Palabra*.

E-grafías

González, A. I. (2017). Construcción de objetivos. Guadalajara: Universidad de Guadalajara. Retrieved from www.udgvirtual.udg.mx: www.udgvirtual.udg.mx

icc.org.gt. (n.d.). Retrieved from ICC Instituto Privado de Investigación sobre Cambio Climático: <https://icc.org.gt/es/icc-3/>

Mundial, O. (2021, 01 19). occ.com.mx. Retrieved from [occmundial](http://occmundial.com): <https://www.occ.com.mx/blog/que-es-un-analisis-foda-y-como-se-hace/>

SGCCC Sistema Guatemalteco de Ciencias del Cambio Climático. (n.d.). Retrieved from sgccc.org.gt: <https://sgccc.org.gt/>

Valencia, C. (2019, noviembre 9). Cámara Valencia. Retrieved from www.mastermarketing-valencia.com: <https://www.mastermarketing-valencia.com/comunicacion-publicidad/plan-comunicacion-redes-sociales/>

UNIR. (2021, 05 12). Unir. Retrieved from ecuador.unir.net: <https://ecuador.unir.net/actualidad-unir/barreras-comunicacion/>

Anexos

Anexo No. 1

Cuestionario virtual de la encuesta:



Encuesta de diagnóstico de comunicación interna para los colaboradores de ICC

Esta encuesta tiene la finalidad de diagnosticar parte de los procesos de comunicación interna del Instituto Privado de Investigación sobre Cambio Climático (ICC). La encuesta es anónima y las respuestas se analizarán únicamente como datos estadísticos, con el propósito de generar propuestas de mejora en materia de comunicación interna.

La información recolectada con esta herramienta será utilizada solamente con fines académicos, y servirá de complemento para la redacción del informe de la fase de diagnóstico del proceso de EPS Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, USAC, del estudiante Berny Ortega, quien de antemano le agradece mucho tomarse el tiempo para responderla. Tiempo aproximado para responderla: 2-4 minutos (20 enunciados).

- Indique su sexo:
- ¿Cuál es su rango de edad?
- ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en la institución?
- ¿Cuál es su profesión?
- ¿Conoce la misión y la visión de la institución?
- ¿Conoce los objetivos de la institución?
- ¿Conoce los valores de la institución?
- ¿Conoce el código de conducta ética de la institución?
- ¿Conoce claramente todas las funciones de su puesto de trabajo?
- Marque las herramientas de comunicación más utilizadas dentro de la institución:
- ¿Cómo es su dominio de las herramientas de comunicación que se utilizan en la institución?
- ¿Le gustaría recibir una capacitación para reforzar el uso de las herramientas de comunicación que utilizan en la institución?
- ¿Cuál es la modalidad de trabajo de la institución en este momento?
- ¿Cuánto le ha afectado la situación actual de la pandemia en términos de comunicación en la institución?
- ¿Conoce la página web de ICC?
- Marque las redes sociales en las que sigue a la cuenta de ICC
- ¿Conoce la página web del Sistema Guatemalteco de Ciencias del Cambio Climático?
- ¿Sigue la página de Facebook del Sistema Guatemalteco de Ciencias del Cambio Climático?
- ¿Qué tanto se siente enterado de todas las actividades y proyectos que realiza la institución?
- La comunicación interna de la institución es:

Anexo No. 2

Guía de preguntas semiestructuradas para las entrevistas:

Entrevista para Dr. Alex Guerra (Director General ICC)	Entrevista para Ing. Luis Reyes (Director de Operaciones de ICC)
<ol style="list-style-type: none"> Para empezar, podría hablarnos un poco de la historia y el origen de ICC ¿Cómo surgió y con qué intención se conformó la institución? Al ser ICC una institución sin fines de lucro, seguramente tiene alianzas estratégicas de las cuales se apoya para recibir financiamiento, como pueden ser las instituciones que lo fundaron, ¿Cuáles son las organizaciones o alianzas estratégicas más importantes para ICC, de las que recibe ese apoyo, especialmente económico, para financiar sus proyectos e investigaciones? La comunicación en cualquier institución es muy importante, ¿cómo ve usted que fluye la comunicación en ICC (entre trabajadores) para que todos estén en sintonía para alcanzar los objetivos institucionales? ¿Cuáles son las necesidades/debilidades de comunicación que usted cree que tiene ICC actualmente? ¿Qué fortalezas (económicas, humanas, estructurales, etc.) tiene ICC si en algún momento se desea mejorar la comunicación en la institución? Por último, como Director General, ¿cuál es la visión (personal) que tiene de la institución, a dónde quiere llegar y qué quiere lograr con la institución? 	<ol style="list-style-type: none"> Revisando la página web, me di cuenta que el organigrama cambio hace muy poco, nos podría explicar un poco sobre ese cambio que hubo. Nos podría hablar brevemente de la integración y las funciones de cada departamento que aparece en el organigrama. La comunicación en cualquier institución es muy importante, ¿cómo ve usted que fluye la comunicación en ICC (entre trabajadores) para que todos estén en sintonía para alcanzar los objetivos institucionales? Volviendo a la integración del organigrama, por qué el área de comunicación (siendo tan importante para una institución) no aparece ubicado en el organigrama, antes tenía entendido que estaba en el programa de gestión de proyectos y cooperación, tampoco aparece ese programa en el organigrama. ¿Qué fortalezas (económicas, humanas, estructurales, etc.) tiene ICC si en algún momento se desea mejorar la comunicación en la institución. ¿Qué áreas desearía fortalecer en materia administrativa? Usted como director de operaciones, cuál es la visión (personal) que tiene de la institución, a dónde quiere llegar y qué quiere lograr con la institución

Anexo No 3

Bitácora de observación:

Bitácora de Observación		b) Comunicación Interna	
Instituto Privado de Investigación sobre Cambio Climático -ICC-		Instituto Privado de Investigación sobre Cambio Climático	
Nombre del Observador: Erraty Fernando Ortega González		Correo Institucional	Si
Fecha: 22 de abril de 2021		Pizarra Informativa	Si
Hora: 08:00 am - 05 pm		Buzón de sugerencias	No
Participante/ No participante: participante		Intranet	Si
Presencial/ Virtual: Virtual en un 90%		Sala de Reuniones	Si
		Planta telefónica o PBX	Si
		Salón de usos múltiples	Si
		Presencial o home office	Fase de retorno, un 91% presencial y un 9% home office
		RRHH	No tiene departamento de recursos humanos
		Canales formales de comunicación	Correo electrónico/ teléfono/ Zoom
		Canales informales de comunicación	WhatsApp
		Reuniones semanales	Si (reunión mensual de equipo)
		Personal calificado acuerdo al puesto	Si
		Manual de puestos de trabajo	si
		Incentivo laborales	si
a) Identidad Corporativa			
Instituto Privado de Investigación sobre Cambio Climático			
Historia	Si tiene (11 años de historia)		
Misión y Visión	Si tiene		
Valores	Si tiene		
Principios	No (pendientes de redacción)		
Actores Claves			
Dirección	Si		
Teléfono	Si		
No. de empleados	40 - 50		
Manual de Procedimientos			
Código de conducta	Si tiene		
Plan estratégico institucional	Si tiene (en redacción nuevo plan estratégico para los próximos 5 años)		
Manual de identidad gráfica	No tiene		
Organigrama	Si tiene		
Página Web	Si tiene (en remodelación)		
Instalaciones propias	Si tiene		

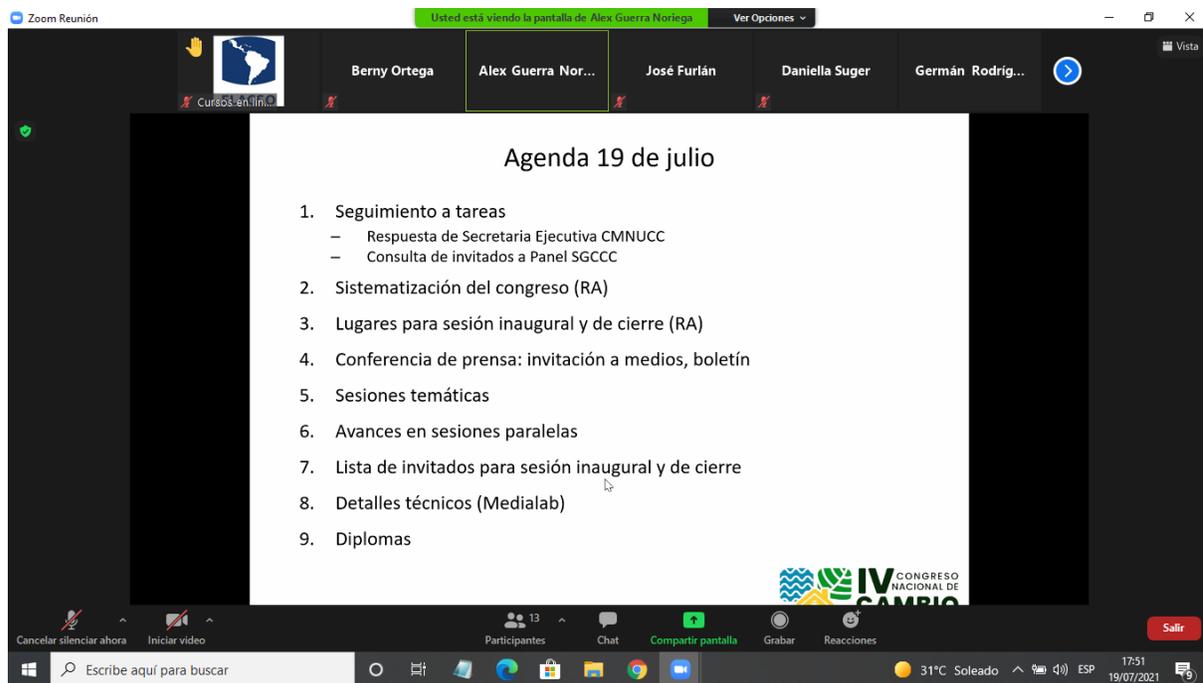
Anexo No. 4

Fotos de las instalaciones centrales de ICC y trabajo de campo:



Anexo No. 5

Reunión virtual con el comité organizador del IV Congreso Nacional de Cambio Climático 2021:



Zoom Reunión

Usted está viendo la pantalla de Alex Guerra Noriega Ver Opciones

Berny Ortega Alex Guerra Nor... José Furlán Daniella Suger Germán Rodrig...

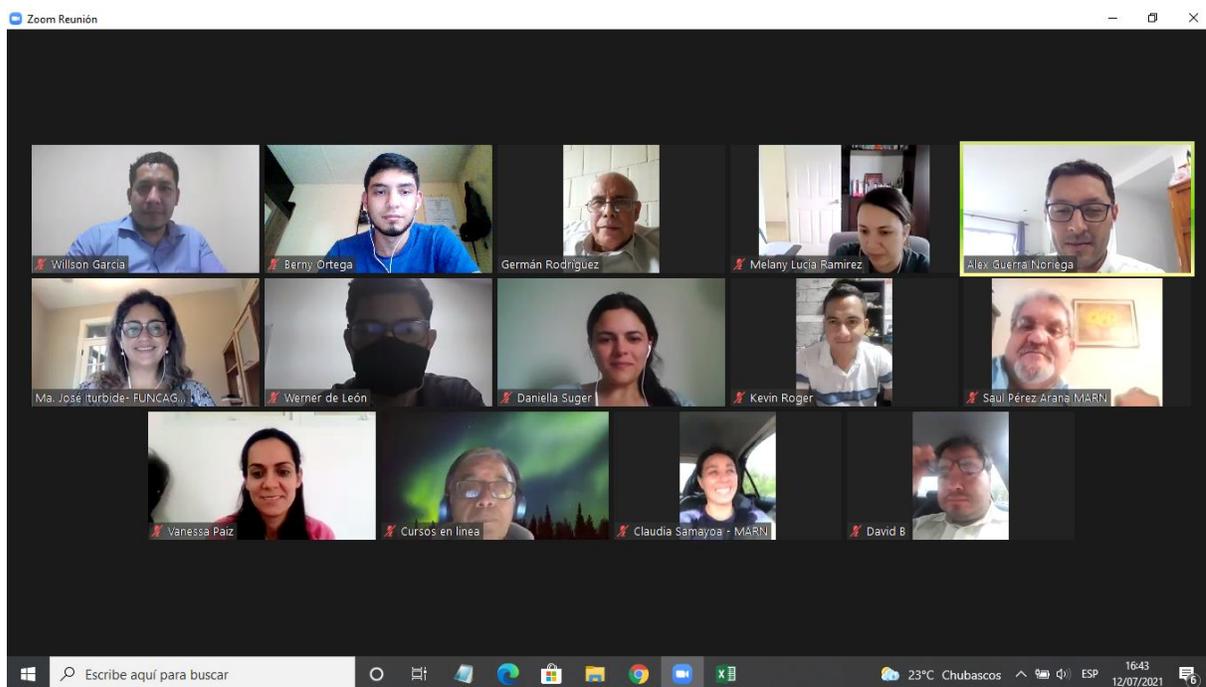
Agenda 19 de julio

1. Seguimiento a tareas
 - Respuesta de Secretaria Ejecutiva CMNUCC
 - Consulta de invitados a Panel SGCCC
2. Sistematización del congreso (RA)
3. Lugares para sesión inaugural y de cierre (RA)
4. Conferencia de prensa: invitación a medios, boletín
5. Sesiones temáticas
6. Avances en sesiones paralelas
7. Lista de invitados para sesión inaugural y de cierre
8. Detalles técnicos (Medialab)
9. Diplomas

IV CONGRESO NACIONAL DE CAMBIO CLIMÁTICO

13 Participantes Chat Compartir pantalla Grabar Reacciones Salir

31°C Soledad 17:51 19/07/2021



Zoom Reunión

Willson García Berny Ortega Germán Rodríguez Melany Lucía Ramirez Alex Guerra Noriega

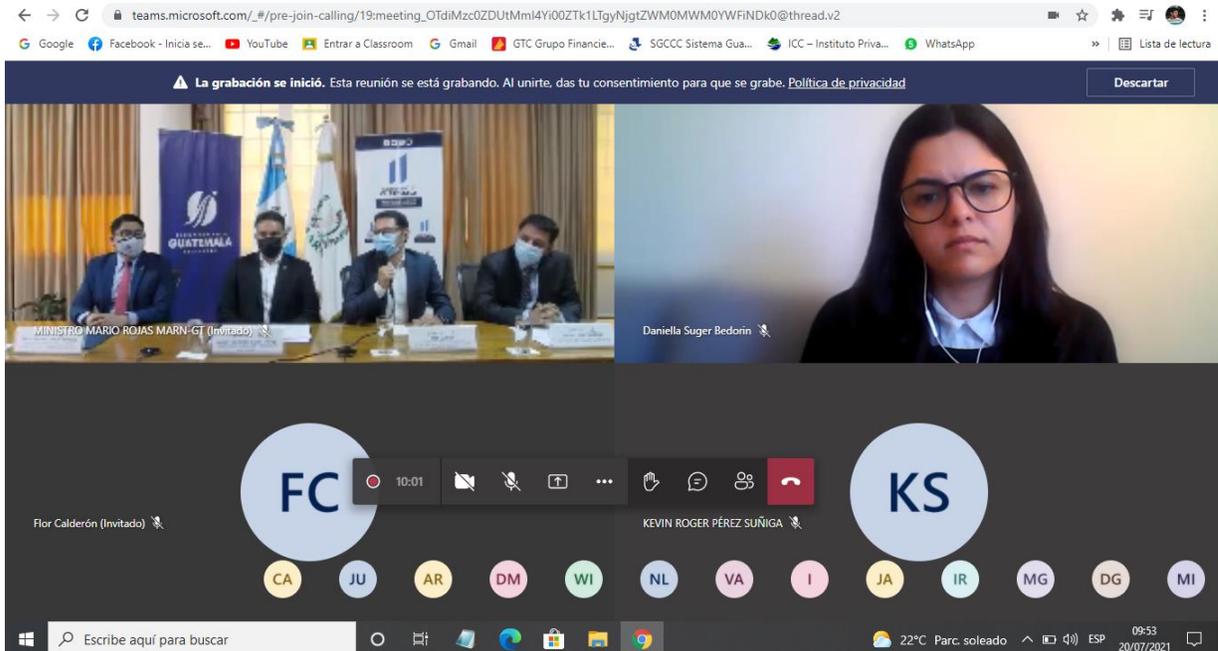
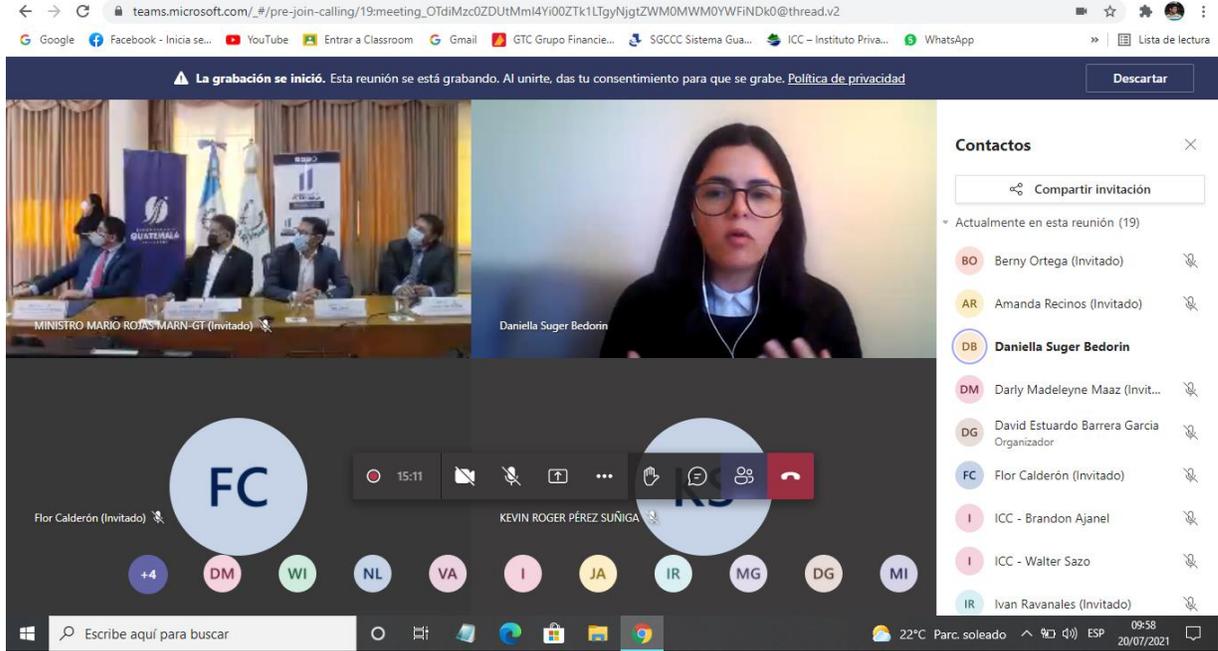
Ma. José Iturbide - FUNCAG Werner de León Daniella Suger Kevin Roger Saúl Pérez Arana MARN

Vanessa Paiz Cursos en línea Claudia Samayoa - MARN David B

23°C Chubascos 16:43 12/07/2021

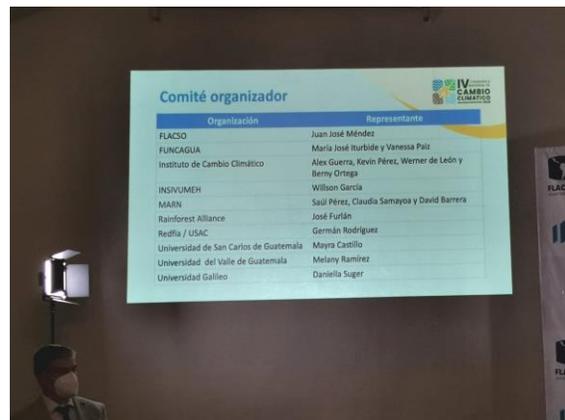
Anexo No. 6

Conferencia de prensa del lanzamiento del IV Congreso Nacional de Cambio Climático:



Anexo No. 7

Inauguración y clausura del IV Congreso Nacional de Cambio Climático 2021:



Las transmisiones quedaron grabadas en la página de YouTube del SGCCC:

<https://www.youtube.com/c/SGCCC>

Anexo No. 8

- Qr con el resto de artes realizadas para la promoción del IV Congreso Nacional de Cambio Climático 2021:



- Qr con el resto de artes realizadas para los medios digitales del Sistema Guatemalteco de ciencias del Cambio Climático:

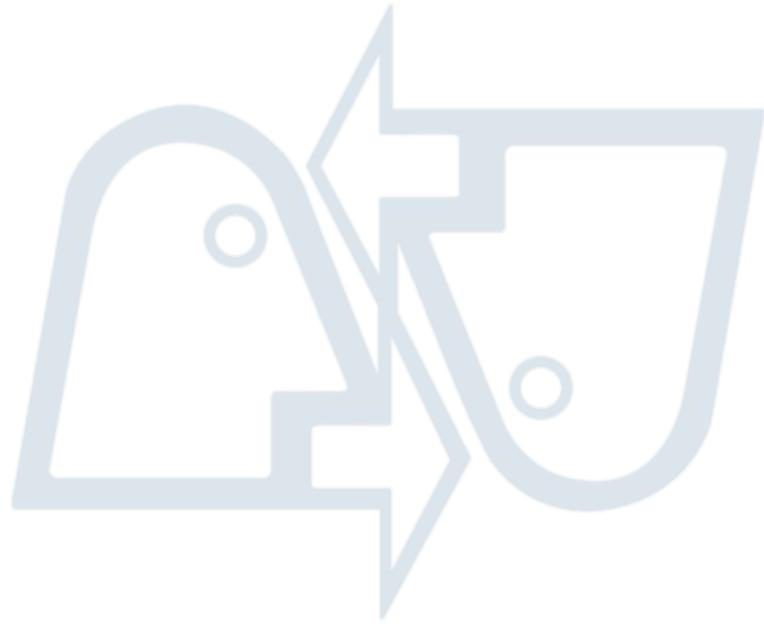


Anexo No. 9

Comunidad de SGCCC en Facebook antes (1277 likes/ 1328 seguidores) y después (1749 likes/ 1852 seguidores) de la estrategia:

This screenshot shows the Facebook page for SGCCC Sistema Guatemalteco de Ciencias del Cambio Climático. The page has 1,277 likes and 1,328 followers. The main post is a promotional graphic for a public meeting titled "¿Cómo enfrenta Guatemala al cambio climático?" scheduled for March 3rd. The graphic includes logos for the IPCC, SGCCC, and the Ministry of Environment and Natural Resources. The text on the graphic asks how Guatemala is facing climate change and provides a registration link: http://bit.ly/registro_climaticogt. The page also features a bio, contact information (phone: 5979 7286, email: info@sgccc.org.gt), and a "Promocionar sitio web" button.

This screenshot shows the same SGCCC Facebook page after the strategy. The page now has 1,749 likes and 1,852 followers. The main post is a text-based announcement from Berym Fernando, dated August 25th at 13:57. The text reads: "El SGCCC es el ente encargado de revisar y generar información científica sobre Ciencia del Clima, Mitigación, Adaptación y Vulnerabilidad. El SGCCC está conformado por: Asociación de Investigación y Es... Ver más". Below the text, there are 16 likes and 3 shares. The page also features a bio, contact information (phone: 5575 0501, email: info@sgccc.org.gt), and a "Promocionar sitio web" button. A small image of a frog is visible at the bottom right of the post area.



Comunicación

creando futuro

