

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



**DIAGNÓSTICO Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA
FORTALECER AL PERSONAL DE LA ASOCIACIÓN POP NO'J DE
HUEHUETENANGO**

LUCIANO ADOLFO SAMOL GARCÍA

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA, OCTUBRE 2021

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio profesional supervisado

**Diagnóstico y estrategia de comunicación interna para fortalecer al personal
de la Asociación Pop No'j de Huehuetenango**

Presentado por:

Luciano Adolfo Samol García

Previo a optar por el título de:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Asesor:

Lcdo. Luis Fernando Lucero Vielman

Guatemala, octubre 2021

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

Director

Lcdo. 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

Lcdo. Luis Fernando Lucero Vielman

Lcdo. Mynor René Martínez

Lcdo. Julio Sebastián Chil



Guatemala, octubre 15 de 2021

Estudiante de EPS de Licenciatura
Luciano Adolfo Samol García
Carné: 200318532
Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Después de evaluar su trabajo académico impreso y de manera virtual, titulado: **“Diagnóstico y estrategia de comunicación interna para fortalecer al personal de la Asociación Pop No’j de Huehuetenango”** y luego de haber sustentado el examen privado y defensa de su proyecto de EPS, de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, se aprueba por unanimidad por parte del tribunal examinador.

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

Sin más que hacer constar:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

Lic. Fernando Lucero
Supervisor

M.A. Evelin Morazán
Supervisora

Dr. José María Torres Carrera
Coordinador





Guatemala 8 de marzo de 2021
EPSL-C0152

Doctor:
Juan José Hurtado Paz y Paz
Asociación Pop No'j
Presente.

Distinguido Doctor Hurtado:

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 **Luciano Adolfo Samol García**, carné no. **200318532** quién manifestó su deseo de hacer Práctica Supervisada en su institución, para el efecto se requiere lo siguiente:

- Extenderle, por favor una carta de aceptación y trabajar por medios electrónicos, plataformas virtuales, presencial, semipresencial, híbrida, o como su institución lo determine.
- Facilitarle los materiales para hacer su práctica.
- Aceptar dentro del Plan y Estrategia de Comunicación del 2021 de su institución, que el estudiante tenga la oportunidad de hacer un diagnóstico con medios electrónicos o plataformas virtuales, elaborar un plan y ejecutar una estrategia, que contribuya al mejoramiento del proceso de comunicación interna o externa de su institución.
- Autorizar que se supervise el Ejercicio Profesional –EPSL cuando las condiciones sanitarias lo permitan por la emergencia Sanitaria actual por el COVID-19.
- Que se autorice el informe final de resultados de dicha investigación.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑANZA A TODOS"



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

cc. Archivo
MA. Evelin Morazán

Escuela de Ciencias de la Comunicación
Edificio M2, Ciudad Universitaria USAC
Zona 12, Ciudad de Guatemala, C.A.
www.comunicacion.usac.edu.gt



Asociación
POP NO'J

Guatemala, 17 de marzo 2021

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

Estimado Dr. Torres:

Por este medio me dirijo a usted, para hacer de su conocimiento que hemos aceptado al estudiante **Luciano Adolfo Samol García**, con número de carné **200318532** de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, para que realice el Ejercicio Profesional Supervisado correspondiente a la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, en la Asociación Pop No'j.

Teniendo por entendido que la duración de su Ejercicio Profesional Supervisado será de marzo a agosto del año 2021, tiempo durante el cual el estudiante deberá realizar un diagnóstico comunicacional, elaboración de una estrategia y su posterior ejecución. Dichas actividades se podrán realizar de forma presencial, semipresencial, a través de plataformas virtuales, medios electrónicos, etc. Esto con el fin de mantener las medidas necesarias para la prevención del COVID-19.


Atentamente,




Dr. Juan José Hurtado Paz y Paz
Asociación Pop No'j

*Con la energía del pensamiento y del conocimiento se teje y entrelaza
la sabiduría de los Pueblos Indígenas para la construcción de un mundo
con identidades, en convivencia y con justicia para todas y todos*

3a ave. 0-80 zona 3, Colonia Bran, Guatemala
Tel./fax (502) 22380905, 22515716
E-mail: secretariapopnoj@gmail.com
www.asociacionpopnoj.com
www.youtube.com/asociacionpopnoj
facebook: Asociacion Pop Noj



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

Dedicatoria a:

- Dios por darme la oportunidad de culminar este proceso académico con éxito. Reconozco que todo lo que tengo y he logrado es porque su providencia no se ha apartado de mí y que por su misericordia y bondad es que puedo decir: ¡Hasta aquí nos ayudó ADONAI!
- Mi padre Luciano Samol Cán por su apoyo incondicional, por siempre creer en mí e incentivar me a no rendirme. Gracias por todo el esfuerzo y sacrificio que ha hecho por mí, jamás podré retribuir todo lo que me ha dado.
- Mi madre Regina García de Samol por sus consejos y ser la guía moral en mi vida. Le agradezco por su amor y paciencia, por apoyarme en todo momento y guiarme por un buen camino, ¡Que Dios la bendiga!

Agradecimientos a:

- Asociación Pop No'j por brindarme la oportunidad de realizar el Ejercicio Profesional Supervisado en su institución.
- Doctor Juan José Hurtado, director de la Asociación Pop No'j, por su apoyo y confianza en la realización del EPS.
- Fredy Sitaví, comunicador de Asociación Pop no'j por siempre estar dispuesto a apoyar y colaborar.
- Los coordinadores de los programas (migración, mujeres y juventud Pop No'j) Silvia Raquec, Blanca Miculax y William Cuxíl por su colaboración en la recopilación de información utilizada en este informe.
- Autoridades del EPS de Licenciatura: Dr. José Torres, M. A. Evelin Morazán y Lcdos. Mynor Martínez y Fernando Lucero por su apoyo y guía en el proceso de la realización del EPS.
- Familia Escobar: Celestina, Rosalío, Marvin, Angélica, José y Otoniel, por ser mí otra familia quienes han estado en los buenos y malos momentos; Marvin gracias por tantos años de amistad.
- Shackespeare Rodas, gracias amigo por tus oraciones y apoyo en los momentos difíciles y de enfermedad que pasó mi familia durante este año. ¡Que Dios te lo retribuya con creces!

Índice

Índice de figuras	i
Índice de tablas	ii
Introducción	iii
Antecedentes	iv
Justificación.....	v
Capítulo 1	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	6
1.5 Origen e historia.....	9
1.6 Departamentos o dependencias de la institución	10
1.7 Organigrama de la empresa.....	11
1.8 Misión	11
1.9 Visión	12
1.10 Objetivos institucionales	12
1.11 Público objetivo	12
1.12 Diagnóstico	13
1.13 Objetivos del diagnóstico	13
1.14 Tipos de investigación.....	14
1.15 Enfoque	17
1.16 Técnicas de recolección de datos	19
1.16.1 Observación.....	19
1.16.1.1 Tipos de observación.....	19
1.16.1.2 Lo observado en la Asociación	20
1.16.2 Documentación	23

1.16.3 Entrevistas de profundidad.....	25
1.16.4 Grupos focales.....	29
1.16.5 Encuestas.....	30
1.17 Interpretación de resultados	31
1.18 FODA.....	44
1.19 Problemas detectados.....	46
1.20 Planteamiento del problema comunicacional.....	47
1.21 Indicadores de éxito	47
1.22 Proyecto a desarrollar.....	48
Capítulo 2.....	49
2.1 Plan estratégico de comunicación	49
2.2 Misión	49
2.3 Visión.....	49
2.4 Elementos comunicacionales	50
2.4.1 Comunicación:	50
2.4.2 Comunicación Organizacional	52
2.4.3 Comunicación digital	54
2.4.4 Herramientas digitales.....	55
2.5 Alcances y límites de la estrategia	56
2.6 Metodología para la aplicación de la estrategia comunicacional.....	57
2.6.1 Objetivos de la estrategia	59
2.6.1.1 Objetivo General	59
2.6.1.2 Objetivos específicos	59
2.6.2 Acciones para conseguir los objetivos	59
2.6.3 Indicadores para medir su cumplimiento	60
2.6.4 Instrumentos	61
2.6.5 Actividades para la operatividad de la estrategia	62
2.7 Financiamiento.....	65
2.8 Presupuesto	65
2.9 Beneficiarios	66
2.10 Recursos humanos.....	66

2.11 Áreas geográficas de acción.....	67
2.12 Cuadro comparativo de la estrategia	68
2.13 Cronograma del plan de comunicación.....	69
Capítulo 3.....	71
3.1 Ejecución 1: curso tutorial sobre <i>Google Drive</i>	71
3.2 Ejecución 2: video tutorial sobre uso de herramientas digitales	74
3.3 Ejecución 3: video tutorial sobre <i>tips</i> para presentaciones efectivas.	77
3.4 Actividades y calendarización.....	81
Conclusiones	82
Recomendaciones.....	83
Referencias.....	84
Anexos.....	87

Índice de figuras

Figura 1 Mapa de ubicación de oficinas centrales de Asociación Pop No'j.....	3
Figura 2 Mapa del departamento de Huehuetenango.....	4
Figura 3 Organigrama de la Asociación Pop No'j.....	11
Figura 4 ¿Cuál es su sexo?.....	31
Figura 5 ¿Cuál es su edad?.....	32
Figura 6 ¿Cuántos años tiene de laborar en la Asociación Pop No'j?.....	33
Figura 7 ¿Cuál es su grado de escolaridad?.....	34
Figura 8 De uno a cinco, ¿Cómo calificaría la comunicación con sus compañeros de trabajo? Cinco es lo máximo y uno es lo mínimo.....	35
Figura 9 ¿Cuáles son los medios que utilizan con más frecuencia para comunicarse dentro de la Asociación Pop No'j?.....	36
Figura 10 ¿Considera que los medios de comunicación utilizados son los adecuados para transmitir la información al personal de Pop No'j?.....	37
Figura 11 ¿Por qué medio le gustaría recibir información de trabajo?.....	38
Figura 12 ¿Considera que se puede mejorar el proceso de comunicación interna?.....	39
Figura 13 De uno a cinco, ¿cómo cree que es la comunicación entre jefes y colaboradores? Cinco es lo máximo y uno es lo mínimo.....	40
Figura 14 De uno a cinco, ¿Cómo considera la comunicación con su jefe inmediato? Cinco es lo máximo y uno es lo mínimo.....	41
Figura 15 ¿Cuál de estas herramientas digitales domina?.....	42
Figura 16 ¿En cuáles herramientas tecnológicas considera que necesita capacitación?.....	43
Figura 17 Grabación de Material.....	73
Figura 18 Edición de material audiovisual.....	73
Figura 19 Aula virtual de la Asociación Pop No'j.....	74
Figura 20 Grabación video tutorial herramientas digitales.....	76
Figura 21 Video tutorial sobre herramienta digital Prezi video.....	77
Figura 22 Grabación de video tutorial sobre <i>Tips</i> para presentaciones efectivas.....	79

Figura 23 Edición de videos sobre <i>Tips</i> para presentaciones efectivas	80
Figura 24 Captura de Video finalizado.....	80

Índice de tablas

Tabla 1 FODA realizado a la asociación Pop No'j	45
Tabla 2 Instrumentos de acciones de objetivo específico 1.....	61
Tabla 3 Instrumentos de Acciones De Objetivo Específico 2	62
Tabla 4 Actividades de objetivo específico 1	64
Tabla 5 Actividades de objetivo específico 2.....	64
Tabla 6 Presupuesto.....	65
Tabla 7 Cuadro comparativo de la estrategia	68
Tabla 8 Cronograma del plan de comunicación	69
Tabla 9 Presupuesto Curso tutorial sobre <i>Google Drive</i>	72
Tabla 10 Video tutorial sobre uso de herramientas digitales.....	76
Tabla 11 Video tutorial sobre <i>tips</i> para presentaciones efectivas.....	79
Tabla 12 Actividades y calendarización.....	81

Introducción

Este documento es un informe de Ejercicio Profesional Supervisado –EPS- de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala -USAC-, que presenta los resultados obtenidos de la realización de un diagnóstico de comunicación interna a la Asociación Pop No'j. Luego del diagnóstico, la información obtenida fue analizada y con base en esta se creó un plan de comunicación para la mejora de la comunicación interna de los colaboradores de la Asociación Pop No'j.

La comunicación interna es un pilar fundamental en cualquier organización, cuando hay buena comunicación interna el clima laboral se ve reflejado en la actitud de los colaboradores, actualmente la pandemia COVID-19, cambió la forma en que las organizaciones se comunican con sus colaboradores, se fomentó el teletrabajo por medio del uso de plataformas virtuales y herramientas digitales, éstas hasta cierto punto han solventado la necesidad de comunicación que tiene el ser humano.

La Asociación Pop No'j también se adaptó a las circunstancias existentes y junto a sus colaboradores optaron por el uso de herramientas digitales que los ayudaran a mantener la comunicación interna; el propósito de efectuar un diagnóstico de comunicación a la Asociación Pop No'j fue evaluar la comunicación interna y el conocimiento que tenían los colaboradores de las herramientas digitales.

La metodología que se utilizó para la realización de este diagnóstico fue la investigación descriptiva y documental con enfoque mixto, las técnicas de recolección de datos usadas fueron la encuesta, la entrevista, y la observación. Una vez finalizado esta fase se procedió a desarrollar un plan de comunicación que beneficiara la comunicación interna de la Asociación, con este propósito en mente se definieron objetivos, acciones y actividades que brindaran resultados positivos.

Antecedentes

Según el Doctor Juan José Hurtado, director de la Asociación Pop No'j, en 2011, el tema de la comunicación comenzó a tomar relevancia, en ese año se contó con la ayuda de un comunicador nicaragüense, esta persona estuvo 18 meses y en ese tiempo se crearon las páginas web, *YouTube* y *Facebook* de la Asociación. Posteriormente hubo cuatro personas que se hicieron cargo de la comunicación en diferentes momentos.

El director comentó que varias personas han apoyado en momentos específicos en el tema de comunicación, incluso, en ciertos momentos él se ha encargado cuando no ha existido alguien asignado al tema. A pesar de la relevancia que ha adquirido, no se ha instituido el departamento de comunicación principalmente por falta de presupuesto.

Como antecedente, en el 2017, el actual comunicador de la Asociación Pop No'j realizó un diagnóstico de comunicación, con el propósito de conocer la situación en ese momento, esta información aportó datos de gran valor sobre la comunicación interna, el uso que los colaboradores hacen de las herramientas digitales, la comunicación externa y el clima laboral. En este diagnóstico los colaboradores mencionaron tener un conocimiento medio del uso de herramientas digitales, sin embargo también sugirieron obtener "mayor conocimiento" en el tema de tecnología.

Los resultados de la encuesta demostraron que los colaboradores consideran que hay comunicación entre los colaboradores y coordinadores y la comunicación entre compañeros es buena y no ha incidido negativamente en su trabajo; también opinaron que los objetivos de la dirección están acordes a la misión de la Asociación.

Los colaboradores en su mayoría indicaron que cuentan con acceso a internet y que su dominio de herramientas de videoconferencia es mediano. En relación con la comunicación interna, los colaboradores señalaron que es necesario mayor comunicación entre los programas y sus actividades, compartir información entre los programas. También resaltaron la necesidad de mejorar la comunicación externa, divulgar el trabajo que se realiza en cada programa.

Justificación

Desde hace años la tecnología ha tenido avances significativos, se han desarrollado herramientas que facilitan las tareas diarias en las empresas, actualmente es imposible pensar en efectuar las actividades de una organización sin el uso de equipos de cómputo, internet y herramientas digitales; estas se han ido incorporando a la rutina de las organizaciones, convirtiéndose en un aliado que facilita los procesos y tareas administrativas.

Con el surgimiento del COVID-19 la dinámica de trabajo de muchas empresas cambió repentinamente, la mayoría se vieron obligados a realizar teletrabajo en sus hogares y optaron por utilizar herramientas digitales que permitieran comunicarse con sus compañeros de trabajo, y de esta forma cumplir con sus actividades laborales.

Este informe pertenece al Ejercicio Profesional Supervisado de la carrera de Ciencias de la Comunicación. El propósito de llevar a cabo un diagnóstico fue evaluar la comunicación interna de la Asociación Pop No'j, e identificar el conocimiento que tienen los colaboradores de Pop No'j sobre herramientas digitales, con el fin de proporcionar una solución que coadyuve a mejorar el proceso de comunicación interna a través de las herramientas tecnológicas que se utilizan en la actualidad.

Los resultados del diagnóstico indicaron que los colaboradores de la Asociación Pop No'j tienen problemas con el uso de herramientas digitales como *Google Drive* lo que incide en el flujo de trabajo y comunicación por este motivo se elaboró un plan de comunicación que ayudará a solventar los problemas que tienen los colaboradores de la Asociación en el tema de herramientas digitales, con su implementación se espera que la comunicación interna se fortalezca.



Capítulo 1

Diagnóstico de Comunicación

1 La institución

Asociación Pop No'j

1.2 Perfil institucional

Pop No'j es una asociación civil guatemalteca, no lucrativa y no partidista. Su nombre proviene del K'iche y significa "tejiendo ideas, conocimiento y sabiduría". (Plan Estratégico 2014-2019, s.f., pág. 3) Su propósito es el acompañamiento de procesos de organización, formación, promoción y participación del pueblo Maya para la construcción del "buen vivir" en Guatemala a través del desarrollo de programas y proyectos que ayuden al empoderamiento político económico y cultural de los pueblos mayas que habitan el departamento de Huehuetenango.

La Asociación Pop No'j desarrolla su trabajo desde una perspectiva de pueblos indígenas, esto con el propósito de reafirmar la identidad y revalorizar la cultura de dichos pueblos; tal como lo indican en su plan estratégico: "Partimos de una visión del Buen Vivir incluyente y no exclusiva para Pueblos Indígenas, que promueve el respeto y el diálogo entre las [sic] diversos Pueblos que comparten propuestas para solucionar problemáticas comunes y establecer alianzas" (Plan Estratégico 2014-2019, s.f., pág. 4).

La Asociación Pop No'j trabaja con la población maya de la siguiente manera. Tienen dos programas y un eje; los programas son juventud y mujeres, y el eje de migración, este eje abarca los otros dos programas ya que la migración es un tema que afecta a niños, niñas, hombres, mujeres, jóvenes y adultos, por lo tanto, el eje de migración en muchas ocasiones trabaja en conjunto con el programa juventud y el de mujeres.



Programa juventud:



El programa juventud se dedica a formar y capacitar a los jóvenes mayas en áreas técnicas políticas y artísticas, promueve la formación de líderes y lideresas que fomenten cambios en su comunidad así como la capacitación en emprendimientos económicos de los jóvenes del departamento de Huehuetenango.

Programa mujeres:

El programa mujeres tiene como propósito el empoderamiento de las mujeres mayas en las áreas política, económica, social y cultural, esto es posible a través de la realización de capacitaciones. Este programa además de fomentar el liderazgo de las mujeres, también las capacita para la prevención del abuso sexual infantil y coadyuva en la formación de redes para la defensa de los derechos de las mujeres mayas.

Eje migración:

El eje migración se encarga de dar acompañamiento a todas las personas que han sido deportadas de Estados Unidos y México. El programa brinda orientación sobre los derechos que tienen las personas que han retornado a Guatemala; también brindan atención médica, psicológica, y económica a las personas retornadas, se les capacita para que puedan emprender proyectos económicos.

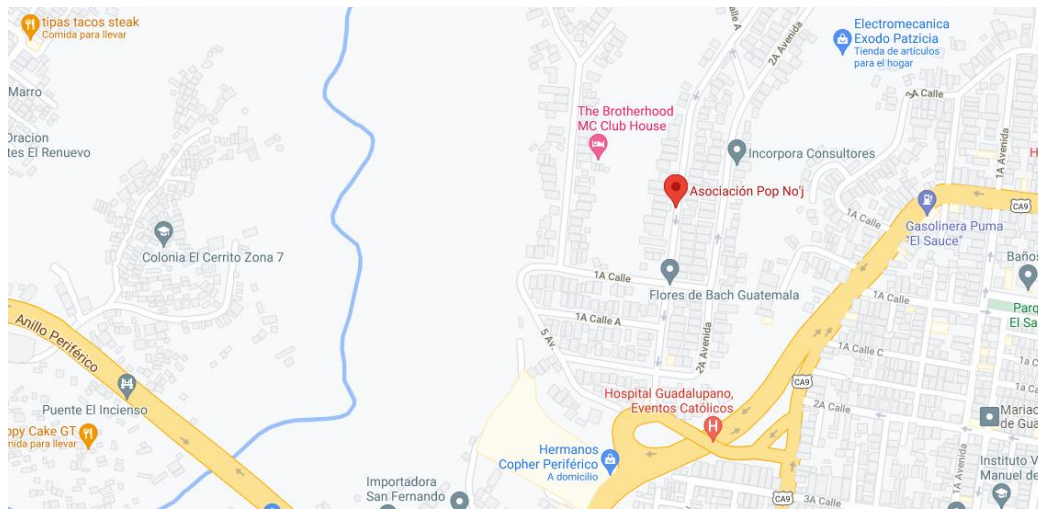
1.3 Ubicación geográfica

La Asociación Pop No'j tiene su oficina central en la 3ra. Avenida 0-80 zona 3, colonia Bran, ciudad de Guatemala. En la oficina central realizan las funciones administrativas y se coordinan las actividades de los programas las cuales se desarrollan en el interior de Guatemala, específicamente en el departamento de Huehuetenango.



FIGURA 1

Mapa de ubicación de oficina central de la Asociación Pop No'j



Fuente: <https://www.google.com.gt/maps>

La Asociación Pop No'j enfoca su trabajo en las regiones maya Mam y Huista del departamento de Huehuetenango. Anteriormente trabajó en las regiones lingüísticas Maya Q'echi' comunidades indígenas de San Luis, Petén y Maya kaqchiquel del departamento de Chimaltenango (Asociación Pop No'j, s.f.).

El departamento de Huehuetenango, está situado en la región Nor-occidental de Guatemala y limita al norte y oeste con México, al sur con los departamentos de San Marcos, Quetzaltenango y Totonicapán; y al este con el departamento de Quiché. Se encuentra a una distancia de aproximadamente 264 km. de la ciudad capital. Tiene una superficie de 7,400 Km². El departamento está integrado por 32 municipios y su cabecera departamental es Huehuetenango.

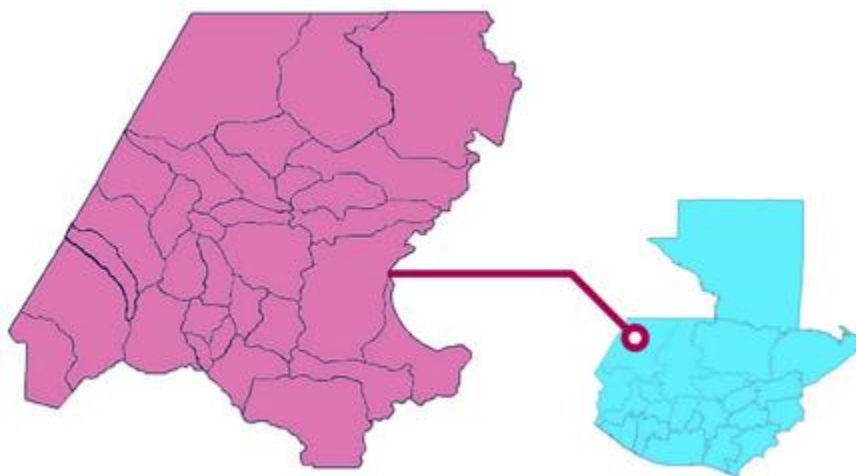
La región Huista se encuentra ubicada al noroccidente de Huehuetenango. Está integrada por seis municipios que son Nentón, Jacaltenango, Concepción Huista, San Antonio Huista, Santa Ana Huista y la Unión Cantinil. Según (López R. , 2009) "La región Huista tiene una extensión territorial de 1368.13 kilómetros² que representa el 18.48% del territorio del departamento de Huehuetenango".



Según la información obtenida por el INE en el censo de 2018, Huehuetenango cuenta con las siguientes características: el total de la población es de 14,901,286 personas, el 47.59% son hombres y el 52.41% son mujeres, el 72.04% de las personas vive en el área rural mientras que solo el 27.96% vive en el área urbana; el 64.99% es Maya , mientras que 34.75% se auto identifica como ladino. (INE, s.f.)

FIGURA 2

Mapa del departamento de Huehuetenango



Fuente: <https://www.cafca.gt/huehuetenango.html>

Actualmente el departamento de Huehuetenango está habitado por el pueblo Maya Mam, este pueblo es uno de los más antiguos de Guatemala, y de ellos surgieron los grupos étnicos tektitekos, ixiles y aguacatecos; los mames establecieron su señorío en Xinabajul conocido en la actualidad como el sitio arqueológico Zaculeu y habitaron esa ciudad durante más de mil años aproximadamente, hasta la llegada de los españoles.

Cuando los Mames se enteraron de la llegada del ejército español, buscaron una alianza con el pueblo Quiché para luchar contra los españoles, sin embargo los Quichés rechazaron la propuesta ya que consideraban que serían capaces de derrotar al ejército invasor; a pesar del optimismo del



pueblo Quiché, los españoles los derrotaron en la batalla de Xequijel. Una vez derrotado el pueblo Quiché, los españoles se dirigieron hacia el territorio del reino Mam para vencerlos.

Los Mames se prepararon para el enfrentamiento con los españoles, evacuaron a las mujeres, niños y ancianos, fortificaron su ciudad y resistieron el ataque de los españoles por más de un mes. El éxito de la resistencia de los Mames consistía en tener túneles secretos que les permitían salir y abastecerse de comida y agua; al descubrir la estrategia del pueblo Mam, los españoles obstruyeron los túneles y destruyeron los cultivos, eventualmente los españoles derrotaron a los Mames.

Los indígenas que acompañaban a los españoles, cambiaron el nombre del lugar a Ueuetenango, posiblemente porque en ese lugar abundaba un árbol llamado sabino el cual en México se le llama ahuehete, por tanto los indígenas mexicanos los llamaron ahuehuetles, es decir, Ahuehuetlenango, luego este nombre se cambió por Ueuetenango, y después a Güegüetenango, para quedar finalmente Huehuetenango, como se conoce actualmente (López R. , 2009).

Entre los aportes del Pueblo Mam podemos destacar la domesticación del maíz, diversos tubérculos, el hule y el cacao, el uso de la medicina basada en la flora y fauna de la región, con un registro de más de un millar de plantas y subproductos de origen animal para su uso y aplicación; la cerámica plumiza, originaria de esta región, tan apreciada en el mundo prehispánico y de actual uso en las comunidades mam, sigue siendo fabricada por mujeres en talleres (Láinez, 2013).

Desde la cosmovisión Mam, existen cuatro elementos primordiales para la vida del ser humano y son:

Qtxu' Tx'otx':

Madre tierra, en boca de hombres y mujeres mam le llama de esta manera, porque es la madre que da de mamar con los sagrados alimentos: el maíz, el frijol, calabazas, ayotes, yerbas entre otras, que contienen micronutrientes y macronutrientes para los más de 300 millones de células que funcionan en el cuerpo del ser humano. Proporciona las diferentes plantas para la medicina de la población y para diferentes enfermedades que suceden, es manejado por los médicos mayas, traumatólogos, comadronas.



Qman Q'ij:

Padre sol, es la fuente de energía, el calor para todas las plantas existentes y para el mismo ser humano. Sin el calor la producción agrícola no creciera y llegue a su madurez para el consumo. El calor del sol da el color verde a las plantas, este color se generaliza, pero existe una variedad de verdes, generalmente el ser humano difícil lo identifica.

Qman Kyq'iq':

Padre aire, proporciona el oxígeno importante conjuntamente con la glucosa en la sangre hace que el ser humano esté en perfectas condiciones. Cuando sucede o pasa un aire fuerte en las comunidades y vota las siembras de maíz, los abuelos y las abuelas dicen, “no hay que maldecir al aire, esto se puede reponer”, cuando alguien maldice, las consecuencias posteriores son más graves.

Qtxu' A':

Madre agua, sin el agua la vida no existiera, en el cuerpo humano existe un 80%, si no, nuestros músculos no estarían en buenas condiciones. Durante las ceremonias se prepara el Xtxu'n (pepita de zapote) con maíz, además de ser una de las bebidas sagradas en las comunidades mam como durante el Winaq (un mes maya) de nacimiento del niño o niña, matrimonios u otras fiestas de mucha trascendencia, también ayuda a eliminar los triglicéridos en el cuerpo ser humano. (Láinez, 2013, págs. 35,36)

La cosmovisión maya enseña que todo cuanto existe en la tierra tiene una conexión entre sí, un equilibrio basado en la unidad, la cual debe respetarse y valorarse; el ser humano no es más importante que la naturaleza, él forma parte de la naturaleza, y comparte espacio con otros seres vivos, quienes están relacionados a través de una conexión de los nawales, los elementos tales como el fuego, el agua, la tierra y el aire que dan vida.

1.4 Integración y alianzas estratégicas

Guatemala es un país que afronta grandes desafíos en diferentes temas, social, político, educativos, económicos, etc. Según un estudio elaborado por la Universidad de Oxford, Estados Unidos, afirma que un 61 por ciento de los guatemaltecos son pobres en distintas dimensiones; sin embargo la tasa de incidencia de la pobreza en indígenas es del 80 por ciento a nivel nacional, mientras que para los no indígenas es del 50.1 por ciento, según el Índice de Pobreza Multidimensional (El Economista, 2019).



Con el propósito de contribuir a un cambio en nuestro país y especialmente en las comunidades mayas de la región de Huehuetenango, la Asociación Pop No'j promueve y desarrolla programas y proyectos que promuevan el empoderamiento político, económico y cultural de las comunidades mayas; para la realización de estos programas y proyectos, la Asociación Pop No'j ha hecho alianzas con diferentes organizaciones que están interesadas en apoyar el desarrollo de las comunidades mayas, entre estas organizaciones se puede mencionar:

ICCO cooperation

Apoya a los Pueblos Indígenas de Guatemala en sus esfuerzos por encontrar justicia por violaciones de derechos humanos y defender y gobernar sus territorios. También empodera a los jóvenes indígenas fortaleciendo sus habilidades de liderazgo y herramientas de incidencia para defender sus derechos.

UUSC (*Unitarian Universalist Service Committee*)

Es una organización no sectaria y sin fines de lucro que promueve los derechos humanos junto con una comunidad internacional de socios y defensores de base. Apoya la autodeterminación y defiende los derechos de las personas desplazadas debido al clima, los conflictos o las dificultades económicas; UUSC responde a las crisis humanitarias como socios de personas cuyo acceso a la ayuda es más limitado.

Global Fund for Children

Es una organización que colabora con otras organizaciones que trabajan con proyectos de niñez y juventud vulnerables para ayudar a realizar mejoras en la vida de los niños y jóvenes. *Global Fund for Children* financia los programas, brinda asesoría, y guía a las organizaciones con las que está asociada. Además *Global Fund for Children*, conecta a varias organizaciones con el propósito de crear redes nacionales y regionales.



Hispanics in Philanthropy (HIP)



Su misión es fortalecer el liderazgo, la influencia y la equidad de los latinos aprovechando los recursos filantrópicos y haciéndolo con un enfoque inquebrantable en la justicia social y la prosperidad compartida en las Américas. HIP es líder de una red transnacional de fundaciones, donantes y organizaciones sin fines de lucro; realiza inversiones en comunidades Latinas y capacita líderes para que puedan abordar efectivamente los problemas que afectan a las comunidades en los EE. UU., América Latina y el Caribe.

Arpan

Es una ONG que brindan servicios de prevención e intervención a niños y adultos, sobre el abuso sexual, el proyecto clave de Arpan es educar a los niños y adolescentes (de 4 a 15 años) sobre la seguridad personal en las escuelas para que puedan identificar y buscar ayuda en una situación insegura. *Arpan* también capacita a maestros y padres con conocimientos, actitudes y habilidades para prevenir y lidiar con el abuso sexual infantil.

El Fondo Centroamericano de Mujeres (FCAM)

Apoya a organizaciones de base lideradas y conformadas por mujeres, con especial énfasis en mujeres jóvenes, que trabajan en la promoción y defensa de sus derechos humanos, mediante programas de donativos directos a grupos, capacitación técnica, acompañamiento, monitoreo y evaluación. La estrategia de trabajo del FCAM se basa en el fortalecimiento del movimiento de mujeres en Centroamérica, de líderes y organizaciones que aprecian la diversidad de culturas, ideologías, orientaciones sexuales, etc.

KIND (Kids in Need of Defense)

Ayuda a menores de edad inmigrantes no acompañados y refugiados que llegan a los Estados Unidos sin sus padres o guardián legal. Muchos de ellos están escapando del narcotráfico y la



violencia en Centroamérica. *KIND* brinda representación legal gratuita, su misión es asegurarse que los inmigrantes y refugiados menores de edad en los Estados Unidos sean representados por abogados voluntarios en sus procesos de deportación.

NISGUA (Network in Solidarity with the People of Guatemala)

Esta organización trabaja para construir y fortalecer lazos entre el pueblo de Estados Unidos y Guatemala en la lucha mundial por la justicia, la dignidad humana y el respeto para la Tierra. utiliza el acompañamiento internacional, la comunicación estratégica e la incidencia política popular para apoyar el trabajo de los movimientos sociales guatemaltecos luchando por la autodeterminación comunitaria, la memoria histórica y la justicia transicional.

1.5 Origen e historia

Según la página oficial, "Pop No'j tiene sus antecedentes en un Programa de Formación de Liderazgo Indígena de una ONG Internacional. Al retirarse ésta de la Región, en 2005, este programa se constituyó en una organización guatemalteca" (Asociación Pop No'j historia, s.f.). Una vez establecida como organización; se integró un Consejo conformado por personas expertas en temas de organización indígena, académicos y cooperación internacional quienes elaboraron el primer Plan Estratégico de la Asociación Pop No'j.

En 2007, se elaboraron los estatutos de la Asociación Pop No'j y en mayo 2008, quedó inscrita en el Ministerio de Gobernación, estableciéndose tres Programas: Liderazgo Comunitario, Mujeres y Juventud. Por otra parte, al incrementarse el fenómeno de la migración y las consecuencias que traía a las comunidades indígenas, la Asociación Pop No'j inició a trabajar en el tema, constituyéndose en 2015, el Eje de Migración.



1.6 Departamentos o dependencias de la institución

Asamblea General:

Es la máxima autoridad a nivel institucional y es la encargada de tomar las decisiones importantes, la Asamblea está conformada por aproximadamente 18 personas quienes tienen conocimiento en diferentes áreas y que están comprometidos con un cambio social.

Consejo Consultivo:

Integrado por personas que cuentan con gran experiencia en temas políticos y académicos, además tienen trayectoria como autoridades ancestrales todas estas características son útiles para asesorar, profundizar y mejorar el accionar de la Asociación Pop No'j. Actualmente no está conformado por falta de presupuesto.

Junta Directiva:

Conformada por cinco integrantes, que no incluyen a miembros que laboran en la institución, es la encargada de supervisar y orientar el trabajo de la Dirección.

Dirección:

Dirige, gerencia, coordina y da cumplimiento a las disposiciones emanadas de la Asamblea General y la Junta Directiva.

Coordinación de Programas y Unidades de Gestión:

Estas aparecen en el organigrama pero no han sido implementadas por falta de presupuesto.

Administración:

Es la encargada de manejar y gestionar todo lo relacionado a las finanzas de la asociación y los programas.



Comunicación:

La unidad de comunicación es la encargada de gestionar todo lo relacionado a la comunicación de la Asociación. En esta unidad se producen y desarrollan todos los productos comunicacionales que informan sobre la labor que realiza la Asociación Pop No'j; actualmente la unidad está conformada solamente por una persona quien es la encargada del diseño gráfico grabación de material audiovisual y redacción del material que se publica en la página web y redes sociales oficiales de la asociación.

1.7 Organigrama de la empresa

FIGURA 3
Organigrama de la Asociación Pop No'j



Fuente: <https://www.asociacionpopnoj.org/organigrama/>

1.8 Misión

Promover, divulgar y acompañar procesos de organización, formación y participación del Pueblo Maya desde su Cosmovisión, identidad y derechos.



1.9 Visión



Ser un referente en el desarrollo de capacidades políticas, socioeconómicas y culturales del Pueblo Maya.

1.10 Objetivos institucionales

- Fortalecer capacidades políticas y técnicas en los sujetos y sujetas como actores estratégicos en la defensa de sus territorios y la construcción del buen vivir.
- Aportar teórica y metodológicamente al proceso de generación de pensamiento, convergencia y unificación del Movimiento Maya, propiciando sinergias con otros actores en sus luchas y reivindicaciones.
- Promover la información, la sensibilización, formación y acción sobre las reivindicaciones de pueblos indígenas y el qué hacer de Pop No'j, a lo interno y externo, desde el componente de comunicación.
- Fortalecer conceptual, política, técnica, tecnológica, administrativa y financieramente a la Asociación Pop No'j y su personal, para una proyección eficaz y eficiente.

1.11 Público objetivo

El público objetivo de la Asociación Pop No'j lo comprenden la población Maya Mam, hombres, mujeres, niños, y niñas, adolescentes y jóvenes que habitan la región de Huehuetenango y el área Huista, así como personas que hayan sido retornadas de Estados Unidos y México. Autoridades indígenas y campesinas, COCODES, COMUDES, corporaciones municipales entre otros.



El público objetivo que se beneficiará con la elaboración de este proyecto serán los colaboradores de la Asociación Pop No'j, hombres y mujeres con un rango de edad entre 18 y 65 años, con nivel de escolaridad diversificado y universitaria la mayoría, que laboran actualmente en los diferentes programas de la Asociación Pop No'j.

1.12 Diagnóstico

El diagnóstico de comunicación nos permite a través del escrutinio conocer con amplitud y detalle información sobre la situación comunicacional de una organización, los antecedentes, sus problemas, así como la percepción que el público tiene de la organización; también se utiliza para definir las estrategias que permitan acercarse al grupo objetivo.

Sandoval nos define el diagnóstico como:

El reconocimiento de un problema y sus posibles soluciones. En el ámbito de la comunicación implica detectar las necesidades sociales de comunicación presentes en determinadas condiciones, es decir, la diferencia entre la información necesaria y la disponible para la comprensión y orientación de la práctica social de individuos, grupos, estratos, clases, naciones. Citado por (López W. , 2004, pág. 54)

1.13 Objetivos del diagnóstico

Objetivo general:

Evaluar la comunicación interna de la Asociación Pop No'j entre marzo y abril del 2021.

Objetivos específicos:

- Identificar los medios de comunicación interna que utiliza la Asociación Pop No'j para comunicarse.



- Establecer el conocimiento de las herramientas digitales que tiene el personal de la Asociación Pop No'j.
- Describir las necesidades de comunicación interna que tiene la Asociación Pop No'j.

1.14 Tipos de investigación

a) Investigación documental

La investigación documental según Bernal "consiste en el análisis de la información escrita sobre determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas, posturas o estado actual del conocimiento respecto al tema objeto de estudio" (2016, pág. 146). Al realizar una investigación documental se busca recopilar información, organizarla e interpretarla con el fin de generar conocimiento.

La investigación documental por sus características permite al investigador ahorrar recursos, como tiempo y dinero, puesto que, a diferencia de las investigaciones cuantitativas, no se requieren muchos materiales para realizarla. La información que se necesita ya está registrada, y simplemente hay que buscarla, leerla, analizarla y estructurar el informe en el que se mostrará la información, interpretación y resultados que se obtuvieron.

Dentro de las fuentes de investigación que se pueden utilizar para realizar una investigación documental podemos mencionar los libros, tesis de grado, publicaciones periódicas, actas, informes, periódicos, correspondencia, tratados, contratos, registros contables, fotografías, mapas, esquemas, infografías, registros de vídeo, grabaciones de audio, películas, documentales, documentos electrónicos, blogs, información en redes sociales, etc.



b) Investigación de campo

La investigación de campo se caracteriza por la recopilación de información de primera mano que se obtiene de fuentes primarias, por ejemplo, personas, instituciones o empresas. "Este tipo de investigación recopila la información sin manipular variables o alterar las condiciones existentes" (Arias, 2012). Las técnicas que se utilizan en este tipo de investigación son la entrevista, la encuesta y la observación.

Dentro de las características que tiene la investigación de campo se puede mencionar que ésta se realiza fuera del laboratorio o de condiciones controladas, el investigador va al lugar donde sucede el fenómeno que se pretende estudiar y los datos se recolectan en donde se desarrolla el fenómeno, por los anteriores motivos la investigación de campo requiere de un presupuesto o fondos económicos para poder realizarse.

c) Investigación descriptiva

El propósito de la investigación descriptiva es reflejar las características observables y generales de un fenómeno u objeto de estudio, con el propósito de clasificarlas y establecer relaciones entre variables. Su finalidad es exponer las características de los fenómenos que se investigan. Tiene carácter diagnóstico cuando se propone establecer relaciones causales entre ellos. Cuando se realiza este tipo de investigación, es posible recolectar datos cuantitativos y cualitativos.

La investigación descriptiva puede referirse al estudio de lo que es o existe con relación a hechos pasados que han influido en acontecimientos presentes. Es importante destacar que este tipo de investigación no es una simple descripción de los hechos o derivación de conclusiones significativas que permitan interpretar y explicar los hechos objeto de estudio. (Melgar, 2011, pág. 34)



d) Investigación exploratoria

Según Sampieri, este tipo de investigación se utiliza:

Cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas. (2014, pág. 91)

La investigación exploratoria constituye una primera aproximación científica al estudio de un fenómeno o situación del cual se posee un bajo nivel de conocimiento. Este tipo de investigación es útil para incrementar las relaciones científicas con temas desconocidos puesto que ayuda a obtener información relevante que permita desarrollar otras investigaciones de mayor alcance. Las técnicas que se utilizan en este tipo de investigación son la observación, la entrevista de profundidad; también se puede utilizar el análisis de contenido y el grupo de discusión.

e) Investigación experimental

La investigación experimental es aquella que obtiene datos a través de la experimentación y los compara con variables constantes, a fin de determinar las causas y efectos de los fenómenos en el estudio. Se utiliza cuando no existe información documental para explicar el objeto de estudio o cuando la información que existe debe verificarse; es una investigación de características cuantitativas.

En la investigación experimental, Baena afirma que "En los diseños experimentales, el investigador no sólo se encuentra en condiciones prácticas de llevar a cabo un experimento sino que conoce también, en buena medida, la naturaleza del fenómeno que investiga". (2017, pág. 18) Esto debido a que en este tipo de investigación el investigador tiene el control de las variables.

Para la realización de este diagnóstico se utilizó la investigación descriptiva y documental. Las características de la investigación descriptiva permitieron evaluar las características de la comunicación interna entre los colaboradores de la Asociación Pop No'j. A través de la



investigación documental se recolectó y analizó información acerca de la Asociación, principalmente relacionada con su historia y el plan estratégico.

1.15 Enfoque

El enfoque es la orientación metodológica que tendrá una investigación; la estrategia que se pretende aplicar para abordar, plantear y solucionar un problema científico. El enfoque indica la dirección que tendrá una investigación. Al respecto Ortiz indica que "el enfoque incluye en sí los métodos, principios y orientaciones más generales del sistema investigativo sin reducirlos a acciones instrumentales y determinaciones operacionales, ni a teorías o concepciones formalizadas y matematizadas" (2015, pág. 13).

a) Enfoque Cuantitativo

El enfoque cuantitativo le da prioridad a los datos y recolección de éstos. El principio básico de este enfoque afirma que lo que no se puede medir no es digno de credibilidad, por tal motivo toda información obtenida debe estar respaldada por datos estadísticos que puedan ser medibles; para lograr este propósito es necesaria la utilización de instrumentos que permitan la recolección de datos para posteriormente tabularlos y analizarlos para llegar a una conclusión.

La investigación cuantitativa se aplica principalmente en las ciencias naturales, debido a que se busca descubrir la esencia de los fenómenos naturales, conocer las leyes que lo rigen y prever sobre lo investigado los fenómenos que surgen. El enfoque cuantitativo generalmente resulta inaplicable en muchos tipos de investigación social, sin embargo puede proporcionar una base útil para establecer comparaciones con la investigación cualitativa.



b) Enfoque Cualitativo

Con el enfoque cualitativo no se busca recopilar y cuantificar datos, sino comprender el fenómeno que es objeto de la investigación; este enfoque trata de establecer cómo se relaciona un aspecto con otro. Tiene como propósito describir las cualidades de un fenómeno, se trata de entender y comprender cómo el ser humano se interrelaciona en el contexto social y cultural. El enfoque cualitativo se utiliza principalmente en métodos etnográficos, hermenéuticos, naturalistas, existencialistas y fenomenológicos.

El enfoque exclusivamente cualitativo tiene una desventaja: la carencia de datos precisos y comparables hace difícil la formulación de generalizaciones y teorías claras; sin embargo, tiene también una ventaja: el estudio cualitativo profundiza en el entendimiento de las interioridades de los fenómenos, nos facilita su comprensión, la captación de lo profundo de ellos (Del Cid , Méndez, & Sandoval , 2011, pág. 24)

c) Enfoque Mixto

El enfoque mixto toma las características del enfoque cuantitativo y del enfoque cualitativo para realizar una investigación más completa. El enfoque mixto es un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación conformados por recolección y análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para lograr un mayor entendimiento del fenómeno que se estudia (Sampieri, Collado, & Baptista, 2014).

El enfoque que se utilizó en este diagnóstico es el mixto, con el propósito de obtener la mayor cantidad de información posible, se utilizaron diversas técnicas de recolección de datos cuantitativos y cualitativos lo que permitió recopilar datos medibles y cuantificables; igualmente, se obtuvo información cualitativa que ayudó a la evaluación de la comunicación interna de la Asociación Pop No'j.



1.16 Técnicas de recolección de datos

Comprende todas las formas o maneras que se puedan utilizar para obtener información o datos sobre el tema que se investiga. La técnica es el medio que se utiliza para que el investigador pueda recoger los datos; mientras que los instrumentos son el mecanismo que usa el investigador para obtener la información.

Existen diversas técnicas cualitativas y cuantitativas para la recopilación de información, sin embargo, para la realización de este diagnóstico las técnicas que se utilizaron fueron la observación, la entrevista de profundidad y la encuesta. Estas técnicas permitieron la recopilación de datos e información que ayudaron a realizar el diagnóstico de manera eficaz.

1.16.1 Observación

La observación consiste en el contacto directo con el fenómeno que se desea comprender y describirlo, tomar nota de sus peculiaridades, de su entorno, con el propósito de detallarlo. Suele ser una de las técnicas más utilizadas por los investigadores; sin embargo Ñaupas et al. Señalan que "es preciso aclarar que observación no es lo mismo que ver o mirar, ya que estas son funciones primarias que realiza el ser humano desde que viene al mundo" (2018, pág. 281). El instrumento que se utiliza para esta técnica es la bitácora o guía de campo.

1.16.1.1 Tipos de observación

a) Observación participante

Esta se realiza cuando el investigador participa o se involucra en la vivencia de la población o el fenómeno a observar. Permite penetrar a fondo y comprender la esencia del estudio, la principal desventaja de este tipo de observación radica en que la presencia del investigador, en ciertas



ocasiones puede generar un sesgo en el registro de datos debido a la influencia de sus emociones, percepción u otros motivos.

b) Observación no participante

Este tipo de observación tiene como característica que el investigador pasa desapercibido en el estudio y la población no se siente observada. La principal ventaja que proporciona la observación no participante es la de tener mayor objetividad, pero no permite conocer el tema a fondo.

1.16.1.2 Lo observado en la Asociación

Para la realización de este diagnóstico de comunicación se utilizó la técnica de observación no participante, esto con el propósito de no incidir en el comportamiento y la comunicación de los colaboradores de la Asociación Pop No'j. A continuación se describe todo lo observado durante las visitas realizadas a las oficinas centrales de la Asociación:

Instalaciones

La oficina central de la Asociación Pop No'j se encuentra ubicada en la 3ra. Avenida 0-80 zona 3, colonia Bran, ciudad de Guatemala, se pudo observar que cumplen con los protocolos establecidos por el Ministerio de Salud para la prevención del COVID-19, puesto que en la entrada tienen dispensador de gel antibacterial, alfombra para desinfección de calzado. Las instalaciones se observaron limpias, con suficiente ventilación, el poco personal que labora presencialmente está distanciado y cuentan con frascos de gel antibacterial en cada escritorio.

La sede central de Pop No'j cuenta con siete oficinas, una recepción, una cocina, dos bodegas y un patio que en este momento se utiliza para realizar reuniones al aire libre con el fin de promover el distanciamiento físico necesario; se realizan dos reuniones mensuales solamente con los



coordinadores de los programas para planificar las actividades del mes; cuentan con servicio telefónico, servicio de internet, varias computadoras, impresoras, entre otros insumos de oficina.

Imagen corporativa

La Asociación Pop No'j cuenta con un isologo oficial, hojas membretadas y sellos, sin embargo, las hojas membretadas solo se utilizan para trámites oficiales, en todos los documentos que se elaboran internamente se utiliza papel bond normal. En la fachada de la sede no hay ningún rótulo que indique el nombre de la Asociación, la misión y visión no están visibles en las instalaciones, la Asociación cuenta con vehículos propios, sin embargo estos no están rotulados con el isologo o con el nombre de Pop No'j.

Actualmente el personal no tiene uniforme, con anterioridad se utilizaba una camisa polo con el nombre de la Asociación, pero al deteriorarse ya no se gestionó la compra de nuevos uniformes. Hay un gafete para los colaboradores, el cual se utiliza a discreción de ellos, tienen chalecos con el isologo de Pop No'j, sin embargo, no son muchos, estos también son utilizados a discreción de la persona que lo posee.

Hay una guía para el uso del isologo, esta guía explica los colores a utilizar en el isologo, el tamaño adecuado, el slogan y tipografía. La Asociación tiene un manual de procedimientos administrativos-contables. No cuentan con una estrategia de comunicación aprobada y no tienen un manual de crisis.

Departamento de comunicación

Se constató que no cuentan con un departamento de comunicación instituido, hay una unidad de comunicación conformada por una persona, la cual se encarga principalmente de la gestión de la comunicación externa de la Asociación, el diseño gráfico, fotografía, elaboración videos, redacción



de notas informativas, el manejo de redes sociales son tareas que realiza el comunicador encargado de la unidad de comunicación.

La unidad de comunicación cuenta con equipo de fotografía, micrófono, tableta gráfica para diseñar, computadora y programas de diseño adecuados para elaboración de material gráfico. El comunicador que dirige la unidad de comunicación se relaciona con los coordinadores de los tres programas, con el propósito de obtener la información de las actividades realizadas y elaborar el material informativo que se publicará en las redes sociales. Todo material relacionado con comunicación, debe contar con el visto bueno del director de la Asociación antes de ser publicado.

Comunicación interna

Clima laboral

Actualmente por la pandemia COVID-19 la mayoría de colaboradores de la Asociación Pop No'j laboran en la modalidad de teletrabajo, en las oficinas centrales solamente se encuentra el personal administrativo, quienes también se turnan para asistir a las oficinas, esto con el propósito de evitar el contagio del COVID-19. Los coordinadores de los programas Juventud, Mujeres y del eje Migración, se reúnen con el director y administradora solamente dos veces a principio de mes, para programar las actividades que se realizaran durante ese mes.

Se tuvo la oportunidad de asistir a una de esas reuniones mensuales y en relación con el clima laboral se observó que la comunicación entre el director y los coordinadores de programas es de forma horizontal, el director prefiere que se le llame por su nombre en lugar del nombre del puesto que ocupa o del grado académico que posee, los otros coordinadores se comportan de la misma manera, hay respeto entre ellos e igualdad, se cumple uno de los valores que promueve la Asociación, la igualdad y respeto entre todos.



Se fomenta el compañerismo al realizar actividades como celebración de cumpleaños (guardando las medidas sanitarias y distanciamiento) en relación con lo anterior existe una pizarra donde están colocados los nombres de los colaboradores y su fecha de cumpleaños, este tipo de actividades incide positivamente en el clima laboral de la institución.

Canales de Comunicación

Los canales de comunicación que utiliza la Asociación Pop No'j para comunicarse entre sus colaboradores son principalmente *WhatsApp*, en esta plataforma tienen grupos y por medio de estos se comunican. Al iniciar la pandemia en nuestro país y verse obligados a realizar teletrabajo, optaron por el uso de herramientas de comunicación como *Zoom* o *Google Meet*, actualmente las siguen usando pero se pudo observar en reuniones que se tuvo con los colaboradores, principalmente los que se encuentran en Huehuetenango que la señal de internet no es buena, lo que incide en una mala comunicación entre colaboradores.

1.16.2 Documentación

El análisis documental es un proceso de indagación que tiene como finalidad la revisión de todos los documentos disponibles o fuentes de información sobre un determinado objeto de investigación (Bernal , 2016). Entre las fuentes consultadas se mencionan libros, revistas, periódicos, biografías, etcétera. Se tuvo acceso a varios documentos que ayudaron a conocer a la Asociación Pop No'j, entre los cuales se pueden mencionar los siguientes:

Manual de procedimientos administrativos contables

Este manual indica la forma de proceder en relación al tema financiero, manejo de recursos y rendición de cuentas, se indica el monto económico que la Asociación cubre por transporte, viáticos o gastos relacionados con actividades; el manual indica los pasos para realizar compras o



adquisiciones de bienes o servicios; también explica los pasos para contratar consultorías, voluntariados o solicitud de prácticas profesionales.

La guía rápida para uso de imagen

Este documento indica los lineamientos que se deben seguir para un uso adecuado del isologo de la Asociación Pop No'j, el espacio libre que debe de existir alrededor del isologo, la tipografía que se debe utilizar, la paleta de colores correcta que debe de utilizarse para el isologo, el slogan de la Asociación pues existen dos, uno corto que reza "Tejiendo ideas, conocimiento y sabidurías" y el segundo que es más largo que dice "Con la energía del pensamiento y del conocimiento, se teje y se entrelaza la sabiduría de los Pueblos Indígenas para la construcción de un mundo con identidades, en convivencia y con justicia para todas y todos".

Esta guía también explica el significado del isologo y del nombre de la Asociación, la guía nos indica que el concepto Pop No'j está expresado en idioma Maya K'iche; puede traducirse como "Tejiendo ideas, conocimiento y sabiduría". Es el tejido petate y el Kan (energía de la justicia y del movimiento). Nahual No'j (conocimiento y sabiduría).

Listado oficial de colaboradores

Se tuvo acceso a un documento de *Excel* con el listado de colaboradores de la Asociación Pop No'j, dicho documento indicaba la escolaridad, puesto que desempeña, tiempo de estar en la Asociación y el pueblo con el que se auto identifica. La información proporcionada por este documento indica que la mayoría de colaboradores son jóvenes de entre 18 a 35 años, con un nivel educativo de diversificado y universitario. Los pueblos con los que se auto identificaban fueron kaquikel Mam y mestizo.



El plan estratégico ayudó a contextualizar la naturaleza y labor de la Asociación Pop No'j puesto que describe a la Asociación como una organización civil no lucrativa, que desarrolla programas y proyectos culturales, académicos y de investigación. La Asociación facilita y acompaña procesos de organización, formación, promoción y participación del pueblo maya para la construcción del “buen vivir” en Guatemala.

El plan estratégico también indica el enfoque de trabajo de la Asociación, que se centra en los derechos de los pueblos indígenas, de las mujeres y juventud; principios y valores desde el punto de vista de la cosmovisión maya aplicados a lo interno y externo de la Asociación; la equidad de género, desde la cosmovisión maya, la dualidad entre hombres y mujeres provee equilibrio; la equidad intergeneracional, Pop No'j reconoce la importancia de la juventud por tal motivo promueve espacios de participación para los jóvenes.

Entre los objetivos estratégicos de la Asociación Pop No'j, encontramos el siguiente que reza: Fortalecer conceptual, política, "técnica, tecnológica", administrativa y financieramente a la Asociación Pop No'j y su personal, para una proyección eficaz y eficiente (Plan Estratégico 2014-2019, s.f.). Parte de los objetivos de la Asociación es la capacitación en temas de tecnología a sus colaboradores.

1.16. 3 Entrevistas de profundidad

La entrevista se utiliza para obtener información a través de preguntas orales o escritas. Las entrevistas deben tener una duración adecuada y se debe realizar cuando el entrevistado cuente con disponibilidad de tiempo y predisposición anímica. Al realizar una entrevista, el investigador debe tener en cuenta que su apariencia sea adecuada al medio en el que se realizará, también debe poseer los conocimientos básicos de los datos a recoger (Ríos, 2017).



Tal y como sucede con cualquier otra técnica, para la recopilación de datos, la entrevista deriva de las preguntas de investigación, los objetivos y las hipótesis de nuestro estudio. Así lo indica Valles:

"El guion de las entrevistas en profundidad contiene los temas y subtemas que deben cubrirse, de acuerdo con los objetivos informativos de la investigación, pero no proporciona las formulaciones textuales de preguntas ni sugiere las opciones de respuestas. Más bien se trata de un esquema con los puntos a tratar, pero no se considera cerrado y cuyo orden no tiene que seguirse necesariamente". (Sergi Fábregues, 2016, pág. 114)

En primer lugar, se debe concretar la temática que se quiere abordar en nuestra entrevista, dichos temas deben de tener coherencia con los planteamientos previos de nuestro diseño de investigación, unificar las preguntas que tratan básicamente sobre el mismo aspecto o tema; se debe agrupar las cuestiones por categorías o temas; identificar una secuencia narrativa, y ordenar las preguntas consecuentemente.

Se realizaron entrevistas al director de la Asociación Pop No'j, el Dr. Juan José Hurtado y a los coordinadores de los programas para conocer la datos generales y su perspectiva de la comunicación interna de la Asociación. La información obtenida en esas entrevistas ayudó a contextualizar la situación de la Asociación. A continuación se relata brevemente y de manera general las respuestas que brindaron los entrevistados.

Entrevista 1:

Doctor Juan José Hurtado, director de Asociación Pop No'j.

Respecto a la comunicación interna en tiempos de pandemia el doctor respondió que han utilizado un *chat* de *WhatsApp* en donde está todo el personal de Pop No'j y allí se coloca información importante y se sugiere al personal que lo comparta con sus amigos. Sobre las redes sociales, el doctor, Hurtado mencionó que hay una página de *Facebook* institucional pero que cada programa tiene su propia página de *Facebook*.



También se le preguntó por qué no hay un departamento de comunicación, a lo que respondió que principalmente es por cuestión de presupuesto y de recursos económicos, por ese motivo en la actualidad solo existe una unidad de comunicación integrada por una sola persona.

Entrevista 2:

Silvia Raquec, Coordinadora del Eje Migración.

A cerca de las herramientas que utiliza para comunicarse con su equipo indicó que desde antes de la pandemia usaba *Zoom*, el teléfono, correo electrónico y *Google Meet*. Actualmente lo que más utiliza es el correo electrónico y *WhatsApp*. Ella considera que en general los colaboradores del programa migración tienen buena comunicación, sin embargo, la alta carga laboral afecta la comunicación.

Se le preguntó si han realizado alguna capacitación al personal y respondió que por iniciativa de una compañera se realizaron pequeños talleres para conocer las herramientas tecnológicas, "se conoce lo básico, pero nos hace falta muchísimo en cuanto a la tecnología" (Raquec, 2021). Señalaba la necesidad de implementar herramientas tecnológicas que dinamicen el trabajo en equipo y los alienten a participar, puesto que en la actualidad "la mayoría entran a las reuniones con la cámara apagada y no fluye la conversación".

La coordinadora del eje migración comenta que les ha tocado desarrollar talleres o compartir el trabajo que realiza la Asociación en conferencias y ve la necesidad de "conocer otro tipo de herramientas además del tradicional *PowerPoint* que permitan mantener la atención de las personas que están detrás de una computadora y que pueden distraerse con el teléfono, o cualquier otra situación a su alrededor".



Entrevista 3:

Blanca Miculax coordinadora del programa mujeres Pop No'j.

Sobre la comunicación entre los colaboradores que se encuentran en el área de Huehuetenango dijo que se podría mejorar pero que existen ciertos aspectos que están fueran de su alcance, por ejemplo la señal de internet, por lo que cuando ellas están en una reunión virtual algunas de ellas se desconectan y conectan constantemente lo cual "hace que se pierda el hilo del tema que están tratando". (Miculax, 2021)

A cerca de la forma que se comunican actualmente debido al COVID-19 comentó que ha tenido desventajas ya que antes se hacía de manera presencial y de esta forma eran efectivas debido a que "el contacto físico genera confianza entre las participantes, promueve el contar experiencias vividas"; además, se trabaja con mujeres mayas mam y la mayoría no cuenta con el conocimiento y capacidades para el uso de tecnología y por lo tanto se han notado que algunas no se conectan a las reuniones.

En lo positivo destaca el reto que conlleva conocer las plataformas virtuales ya que nunca habían trabajado en línea, sin embargo, ahora lo hacen, se ha adquirido capacidades y se les ha capacitado en plataformas digitales como *Zoom* pero de manera general, se ha aprendido sobre la marcha por lo cual ella considera "positivo ir adquiriendo ese conocimiento". Se le preguntó si consideraba que los colaboradores estarían dispuestos a capacitarse a lo que ella respondió que ella considera que "si estarían dispuestos a participar en alguna capacitación".

Entrevista 4:

William Cuxíl coordinador del programa juventud Pop No'j.

Sobre la comunicación con su equipo indicó que se reúnen cada 15 días de forma virtual para realizar un monitoreo, y utilizan las plataformas *Zoom*, *Meet*, llamadas telefónicas. (Cuxíl, 2021) Indicó que existe "mucho ruido", muchos distractores, problemas técnicos, la señal falla, señaló que en muchas ocasiones se convierte en un proceso de información puesto que solamente una



persona está participando y no hay una retroalimentación, debido a que mantienen sus cámaras apagadas, y nadie opina.

En relación con las reuniones virtuales, se le preguntó si considera que el personal de la Asociación necesita ser capacitados para tener un mejor dominio de las herramientas digitales para comunicarse y respondió que si era muy importante, puesto que muchos "desconocen cómo utilizar las funciones de las aplicaciones". También señaló que el conocimiento de estas herramientas también "debe de ir de la mano de la capacitación de otras como *Wetransfer* y *Drive* las cuales permiten optimizar y compartir información, documentos en tiempo real.

Señaló que utilizar una herramienta como *Google Docs* podría facilitar el trabajo en las reuniones pero muchos colaboradores no saben cómo se utilizan por lo que sería interesante tener una capacitación que aborde esos temas ya que mejoraría el trabajo e interacción entre los miembros de la Asociación.

1.16.4 Grupos focales

Consiste en una conversación que se desarrolla acerca de un tema planteado por el investigador. El modo en el que se desarrolla la conversación es por medio de la rotación de turnos para que cada participante pueda opinar. Los grupos focales o *focus group* se utilizan principalmente para investigaciones de mercado; se basa en presentar un objeto e investigarlo; se realiza con un grupo de personas interaccionando y compartiendo ideas sobre el producto a evaluar.

Para realizar esta técnica es necesario contar con un moderador, el cual debe de ser elegido adecuadamente, puesto que debe ser un especialista con formación, experiencia y conocimiento en el área para la investigación de mercado. También es recomendable que el grupo focal no este conformado por muchas personas, un máximo de 10 y un mínimo de 5 puede ser la cantidad ideal;



en relación con la duración de la reunión, el tiempo adecuado debe tener máximo 120 minutos (González, 2020).

Para la realización de este diagnóstico no se consideró viable la realización de grupos focales por los siguientes motivos. Debido a la pandemia de COVID-19, la Asociación Pop No'j suspendió la mayoría de sus reuniones y actividades presenciales y optó por el teletrabajo, además la mayoría de colaboradores de la Asociación Pop No'j se encuentran en el departamento de Huehuetenango por lo que la realización de un grupo focal no era posible.

1.16.5 Encuestas

La encuesta es una herramienta que permite recopilar información a través de un instrumento llamado cuestionario, está dirigido solamente a personas y proporciona información sobre sus opiniones, comportamientos o percepciones. La encuesta puede proporcionar resultados cuantitativos o cualitativos y se basa en preguntas previamente establecidas, con un orden lógico y un sistema de respuestas. Con la encuesta se obtienen principalmente datos numéricos.

Para la elaboración de este diagnóstico se realizó una encuesta al personal de campo de la Asociación Pop No'j, los cuales son 35 personas quienes se encuentran en el departamento de Huehuetenango, se realizó la encuesta a través de *Google Forms*, se presentó el cuestionario para que el comunicador de la Asociación validara las preguntas, se le solicitó a los colaboradores que participaran en la encuesta. De los 35 colaboradores 22 respondieron la encuesta.

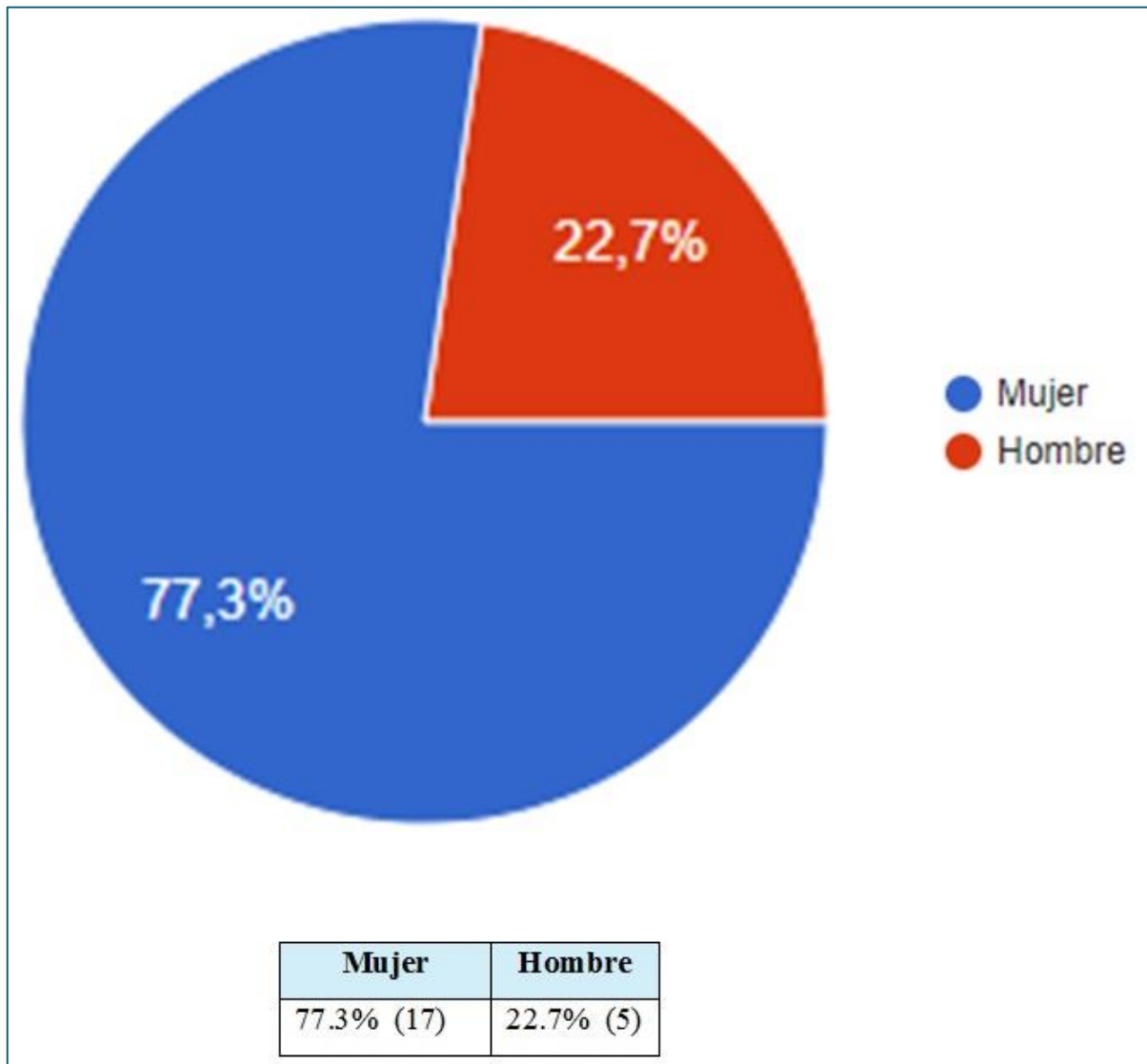
Es importante señalar que la encuesta que se realizó a los colaboradores de la Asociación Pop No'j consta de 36 preguntas que abarcaban temas de comunicación organizacional, redes sociales y conocimiento de herramientas digitales, sin embargo, para la realización de este diagnóstico solo se tomaron en cuenta 13, aquellas preguntas que se consideraron pertinentes para el cumplimiento de los objetivos del diagnóstico previamente establecidos.



1.17 Interpretación de resultados

¿Cuál es su sexo?

FIGURA 4



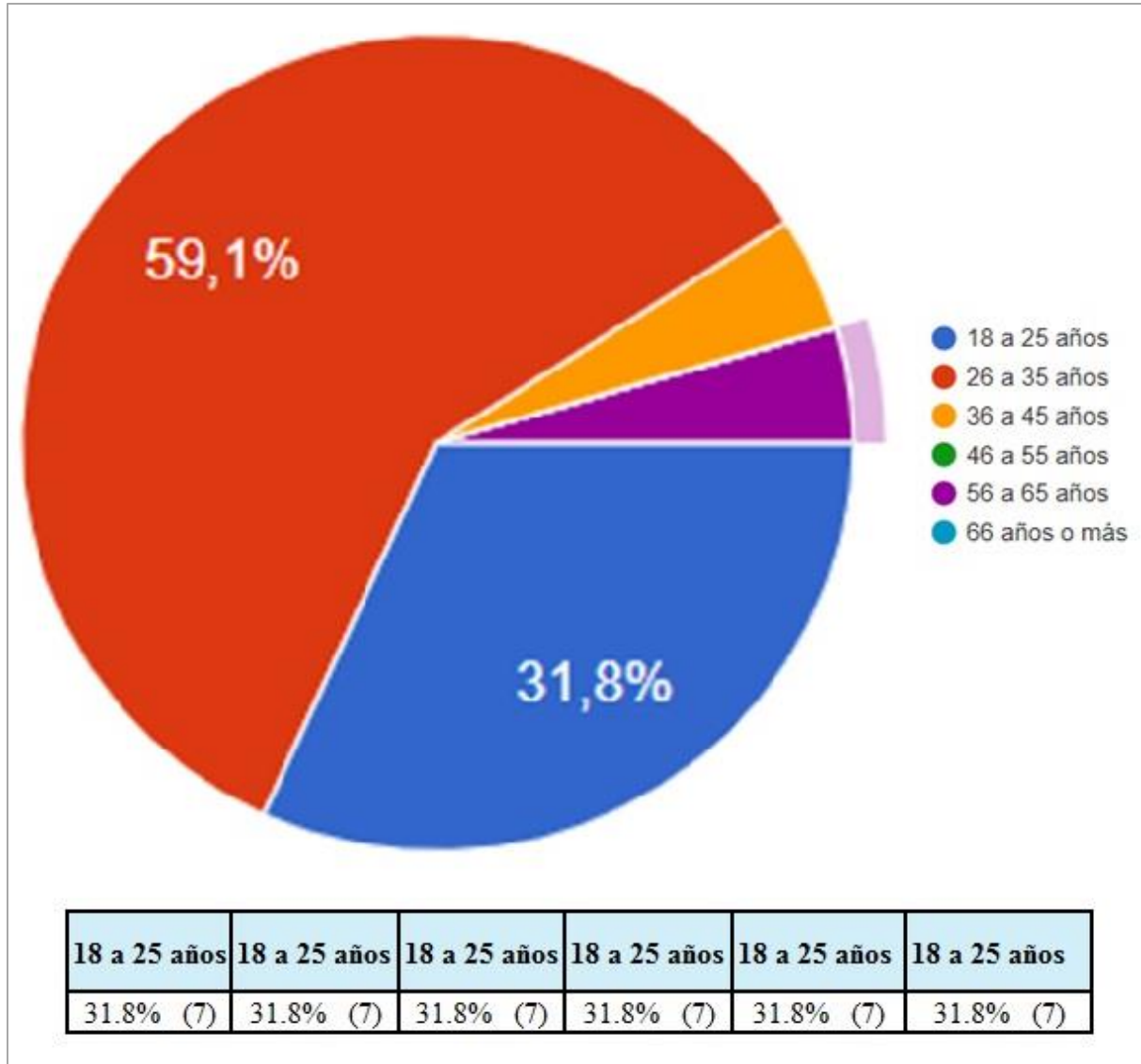
Fuente: Elaboración propia

Los resultados obtenidos de la encuesta a los colaboradores de la Asociación Pop No'j fueron 22 respuestas, de las cuales 77.3% es femenino y el 22.7% es masculino, dando un total de 17 mujeres y 5 hombres.



¿Cuál es su edad?

FIGURA 5



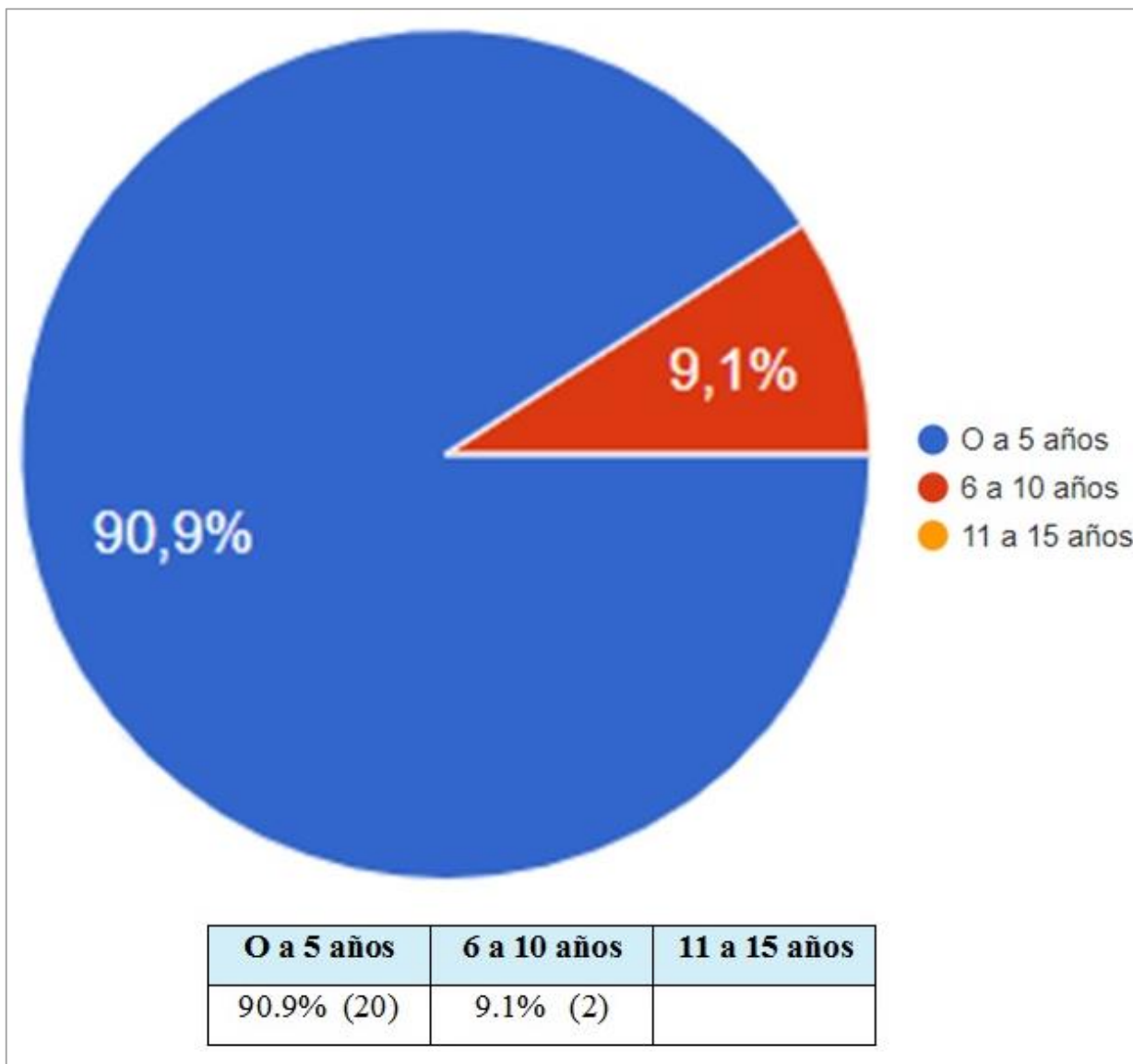
Fuente: Elaboración propia

El rango de edad de los colaboradores de la Asociación Pop No'j tiene entre 18 y 35 años. Un 31.8% tiene entre 18 y 25 años, el 59.1% tiene entre 26 y 35 años y solo un 4.5% tiene entre 56 y 65 años, queda claro que la mayoría de colaboradores son jóvenes.



¿Cuántos años tiene de laborar en la Asociación Pop No'j?

FIGURA 6



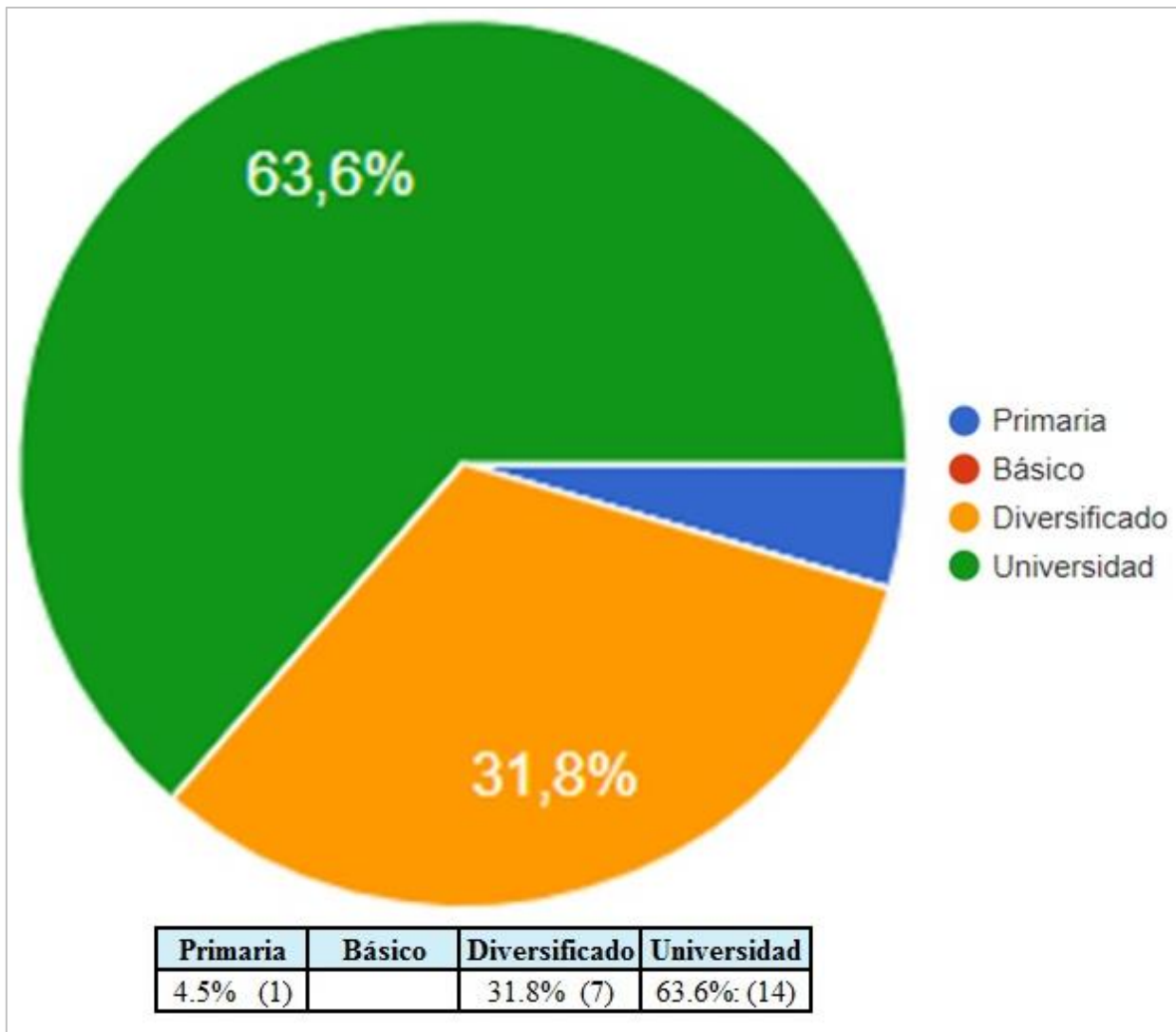
Fuente: Elaboración propia

La mayoría de colaboradores de la Asociación Pop No'j tiene poco tiempo de estar laborando en la Asociación puesto que el 90.9% tiene menos de 5 años de laborar en Pop No'j y solo el 9.1% tiene entre 6 y 10 años de laborar en la Asociación.



¿Cuál es su grado de escolaridad?

FIGURA 7



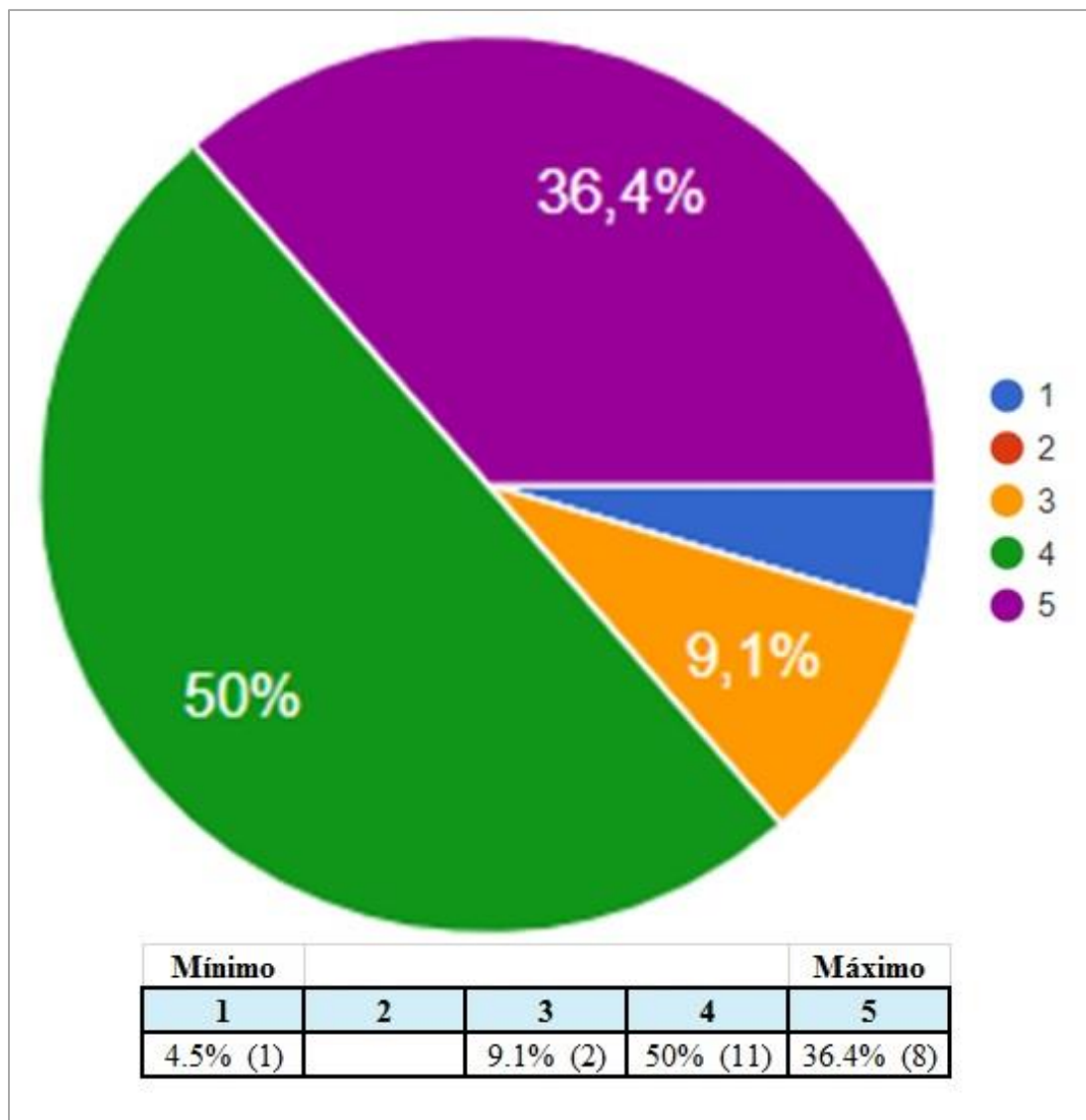
Fuente: Elaboración propia

La Asociación Pop No'j cuenta con personal muy calificado puesto que la mayoría tiene un nivel académico superior o bien con una carrera intermedia esto se ve reflejado en el 63.6% de personas que tiene estudios universitarios y el 31.8% que tiene estudios diversificado.



De uno a cinco, ¿Cómo calificaría la comunicación con sus compañeros de trabajo? Cinco es lo máximo y uno es lo mínimo.

FIGURA 8



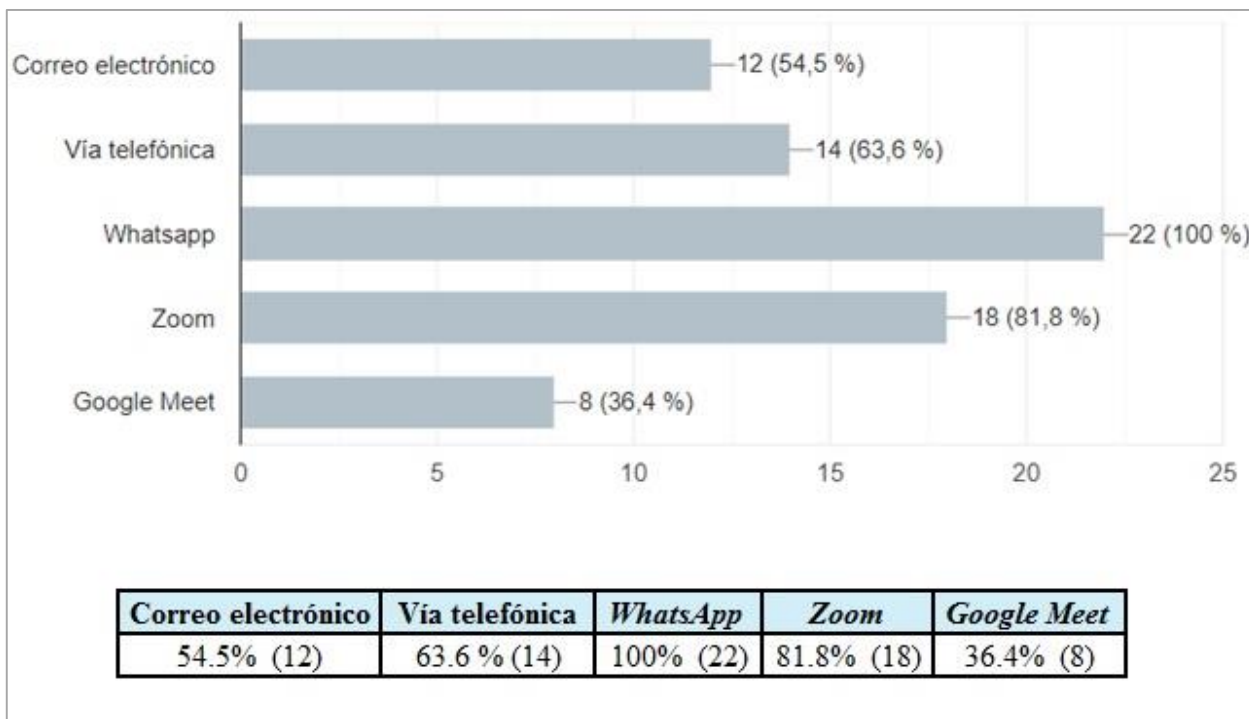
Fuente: Elaboración Propia

Se puede considerar que la mayoría del personal tiene buena comunicación con sus compañeros de trabajo pues el 50% y el 36.4% calificó de forma positiva la comunicación entre compañeros, solamente 9.1% la calificó de forma moderada.



¿Cuáles son los medios que utilizan con más frecuencia para comunicarse dentro de la Asociación Pop No'j?

FIGURA 9



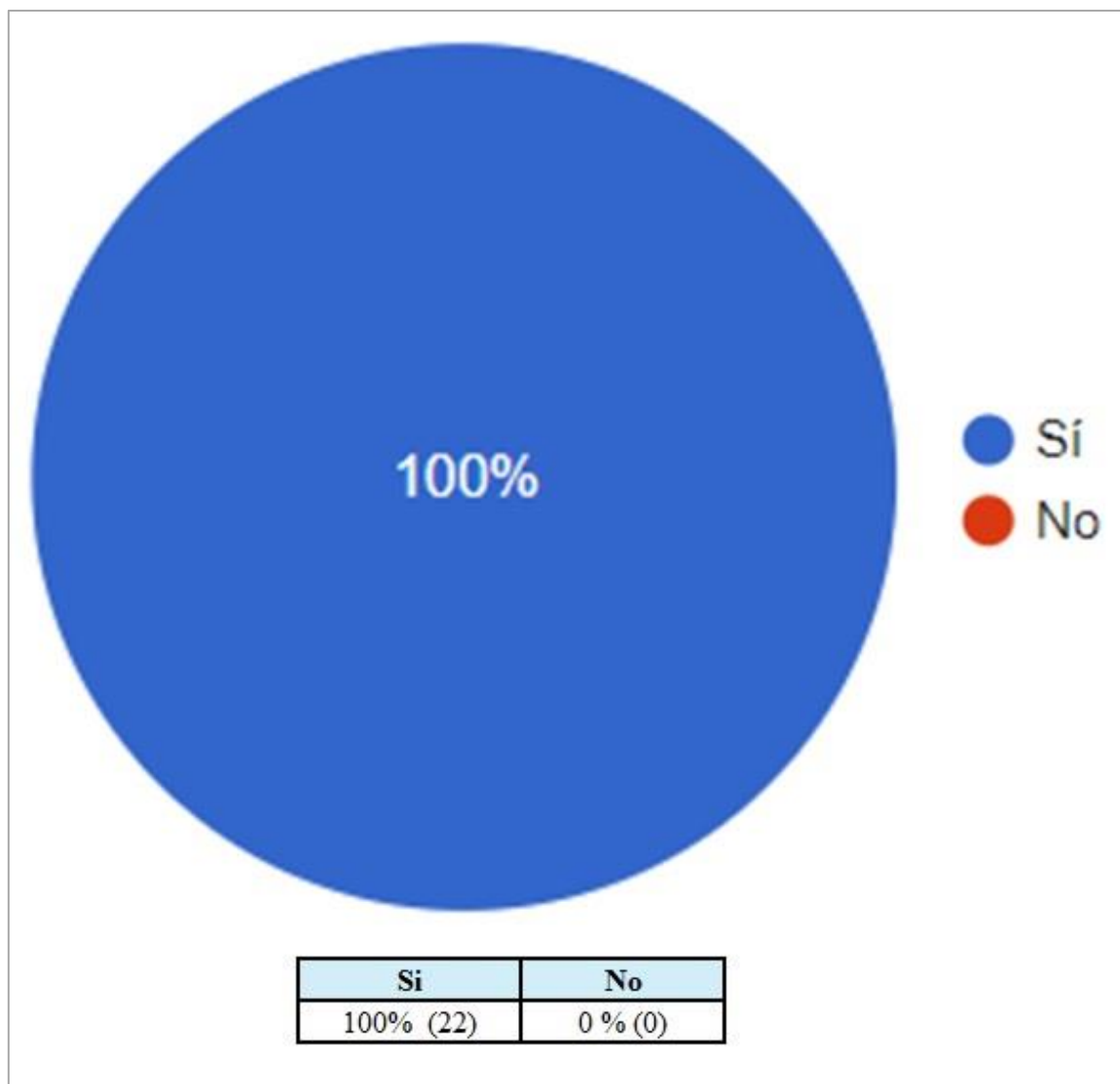
Fuente: Elaboración Propia

Por su versatilidad, el medio que más utilizan los colaboradores de Pop No'j es *WhatsApp* con 100% de respuestas, *Zoom* es la segunda herramienta más utilizada (81.8%), el teléfono también es uno de los más empleados, así lo indicaron 63.6% de los colaboradores; el correo electrónico es usado por el 54.5% de los colaboradores y por último se encuentra *Google Meet* con 36.4% de respuestas.



¿Considera que los medios de comunicación utilizados son los adecuados para transmitir la información al personal de Pop No'j?

FIGURA 10



Fuente: Elaboración propia

Todos los colaboradores de Pop No'j respondieron afirmativamente, el 100% cree que los medios que utilizan en estos momentos son los adecuados para transmitir información de la Asociación Pop No'j.



¿Por qué medio le gustaría recibir información de trabajo? Indique la razón

FIGURA 11

Correo electrónico, WhatsApp
Whatsapp, siendo este el que es utilizado con mas frecuencia para recibir y enviar documentos.
Por Whatsapp, porque es mas eficiente y breve la comunicacion
Por correo electrónico, me parece la forma mas eficiente.
Por Correo electrónico
Whatsapp porque es mas accesible
WhatsApp ya que con frecuencia ahí estamos conectados
Por el momento los que utilizam son efectivos
Reuniones presenciales

Fuente: Elaboración propia

La mayoría de los colaboradores de Pop No'j indicó que prefieren *WhatsApp*, pues señalaron que es un medio de fácil uso y efectivo para visualizar la información. Las ventajas que tiene *WhatsApp* en relación a otras aplicaciones lo colocan como uno de los preferidos de las personas.

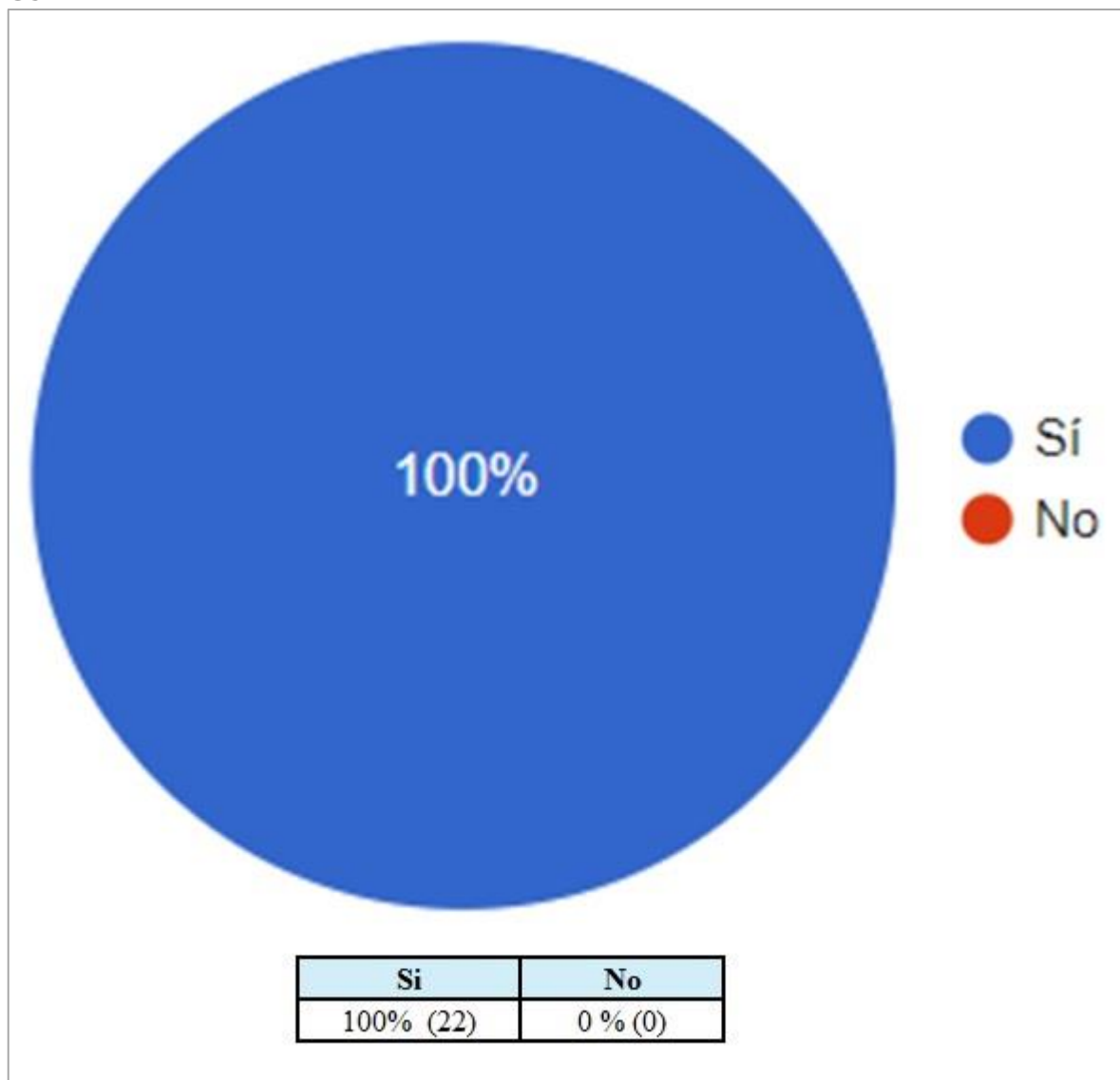


Comunicación

creando futuro

¿Considera que se puede mejorar el proceso de comunicación interna?

FIGURA 12



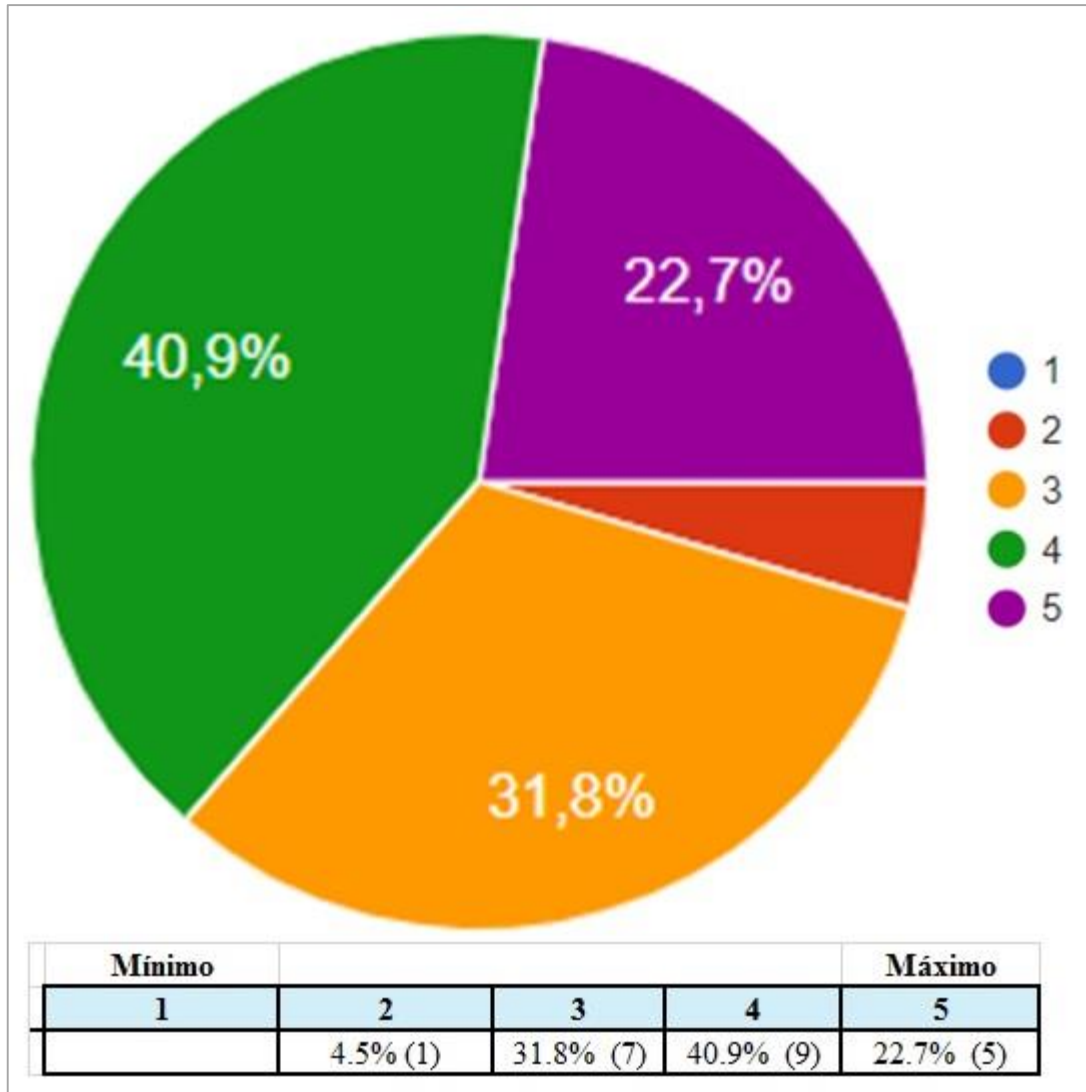
Fuente: Elaboración propia

El 100% de los colaboradores afirma que la comunicación interna puede mejorar, esto abre la oportunidad para crear propuestas que estén enfocadas en la mejora de la comunicación interna en la Asociación Pop No'j.



De uno a cinco, ¿Cómo cree que es la comunicación entre jefes y colaboradores? Cinco es lo máximo y uno es lo mínimo.

FIGURA 13



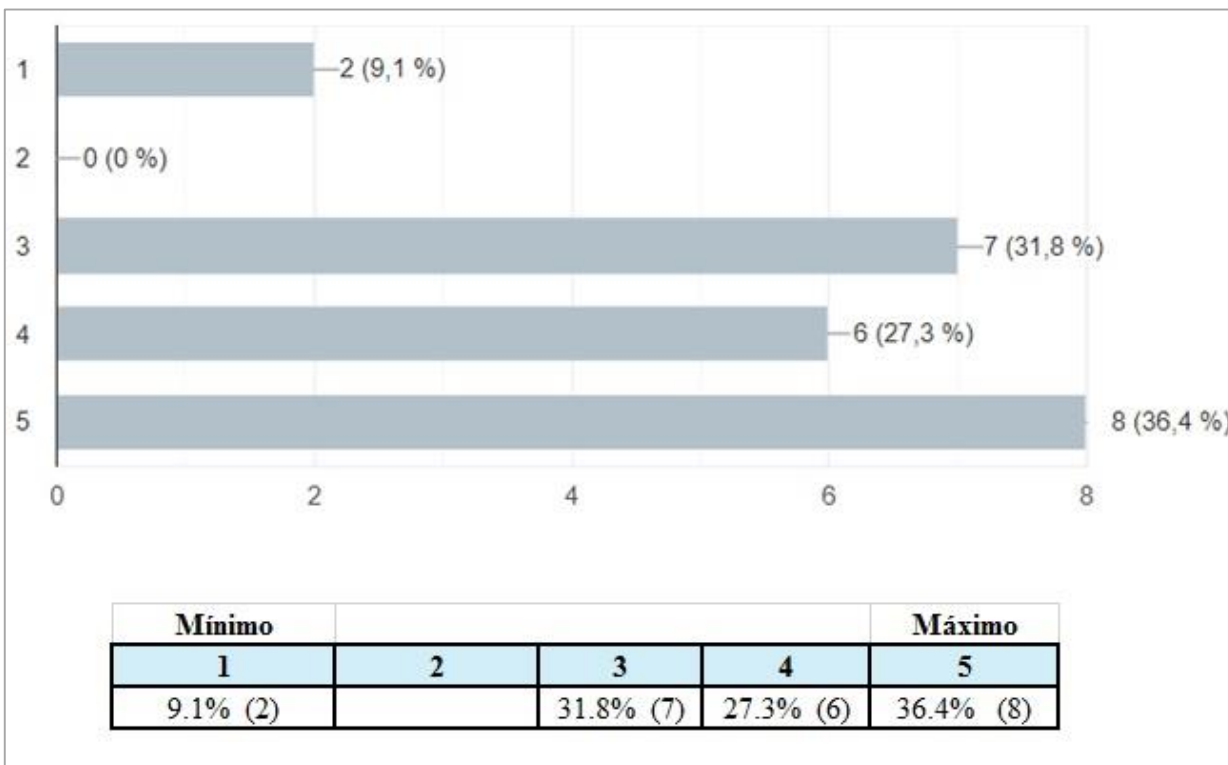
Fuente: Elaboración propia

La percepción que tiene los colaboradores sobre la comunicación entre jefes y colaboradores es positiva un 40.9% la califica positivamente, mientras que solo el 31.8% la considera de manera regular.



De uno a cinco, ¿Cómo considera la comunicación con su jefe inmediato? Cinco es lo máximo y uno es lo mínimo.

FIGURA 14



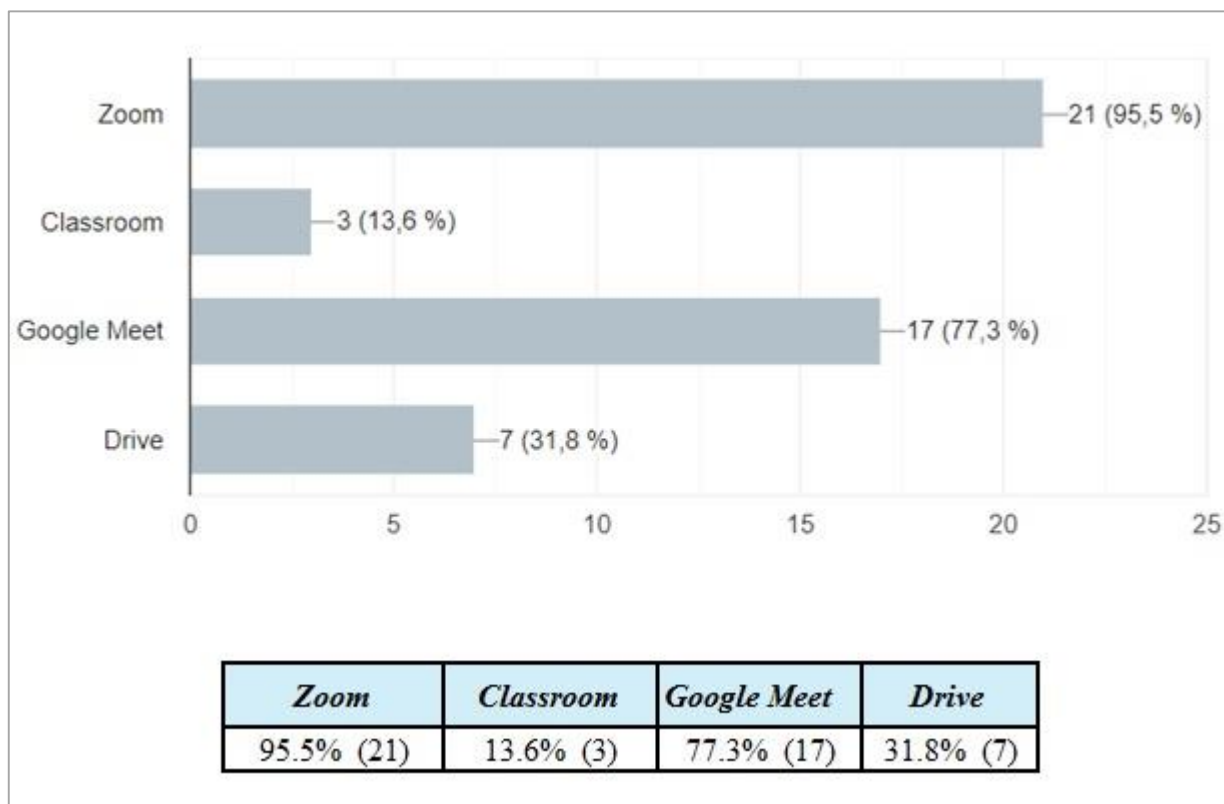
Fuente: Elaboración propia

La mayoría de colaboradores considera positiva la comunicación con su jefe inmediato, el 36.4% y el 27.3 % así lo afirmó, mientras que el 31.8% la considera regular, solo el 9.1% considera mala su relación con el jefe inmediato.



¿Cuál de estas herramientas digitales domina?

FIGURA 15



Fuente: Elaboración propia

La mayoría de los colaboradores afirma que domina la herramienta *Zoom* 95.5%, también tienen conocimiento de la herramienta *Google Meet* 77.3%, mientras que el 31.8% afirma dominar *Google Drive* y solo el 13.6% señala saber usar *Classroom*. Esto indica que los colaboradores tienen un conocimiento general aceptable sobre el uso de herramientas digitales.



¿En cuáles herramientas tecnológicas considera que necesita capacitación?

FIGURA 16



Fuente: Elaboración propia

Los colaboradores consideran que necesitan ser capacitados en diferentes herramientas tecnológicas, en esta pregunta el 45.5% respondió que necesita capacitarse en la herramienta *Google Drive*, el 40.9% considera pertinente conocer la herramienta *Classroom*, mientras que el 31.8% considera que necesita capacitación con las herramientas *Zoom* y *Google Meet*.



1.18 FODA

El análisis FODA también conocido como DAFO, se originó cuando el Instituto de Investigación de la Universidad de Stanford, encomendó a un grupo profesionales para que determinaran las razones por las cuales fallaba la planificación corporativa de las empresas; como resultado se creó un modelo de evaluación de cuatro variables que se denominaron, *SOFT Satisfactory, Opportunity, Fault y Threat*. Luego el nombre fue cambiado por SWOT y ha sido utilizado con éxito, facilitando a las diversas empresas la planificación exitosa de sus actividades. (Otero y Gache, s.f.)

La palabra FODA es el acrónimo de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas; y esta proviene del acrónimo en inglés *SWOT Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats* (Ponce, 2007). Es una herramienta que ayuda a comprender la situación actual de una empresa u organización a través de un análisis fácil de realizar pero certero, el cual permite determinar problemas internos y externos.

En el diagnóstico interno se evalúan las fortalezas y debilidades. Las fortalezas son las características positivas de la empresa que sirven como inspiración o modelo a seguir. Son elementos diferenciadores y que hacen que la compañía se destaque del resto. En cambio, las debilidades son elementos negativos o puntos bajos de la empresa que pueden afectar en el cumplimiento de objetivos y dificultan la llegada de los resultados esperados.

En el diagnóstico externo se analizan diferentes condiciones en las que su buen desarrollo no depende necesariamente de la empresa. Las amenazas son aspectos negativos que afectan a la empresa y requieren un plan estratégico para prevenirse o aminorar su efecto. Las oportunidades son las situaciones o elementos positivos del entorno que debe aprovechar, ya que de ello depende atraer mayores inversiones o beneficios para su futuro y crecimiento.



TABLA 1

FODA realizado a la Asociación Pop No'j

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Contribución económica de donantes	Posibilidad de emprender nuevos proyectos
Personal capacitado para realizar las tareas de cada programa /proyecto	Oportunidad de realizar nuevas alianzas con otras organizaciones
Instalaciones en buenas condiciones	Obtener el apoyo de nuevos donantes
Apoyo de COCODES, COMUDES y líderes comunales	Colaboradores interesados en capacitarse en herramientas digitales
La Asociación ejerce un trato igualitario con sus colaboradores.	Aprovechar el uso de herramientas digitales para la comunicación interna
Alianzas con otras organizaciones	Optimización de gestión de redes sociales
Presencia en redes sociales	Creación de un departamento de comunicación
Apoyo de medios de comunicación en el área de Huehuetenango	Interés del director en capacitación de colaboradores
DEBILIDADES	AMENAZAS
Poca interacción de los seguidores en algunas redes sociales	Cese de donaciones
No tienen sus redes sociales unificadas	Mala señal de internet en ciertas regiones de Huehuetenango
No existe departamento de comunicación	Cortes de energía eléctrica en Huehuetenango
No existe presupuesto fijo para la unidad de comunicación	Inseguridad en algunos lugares donde se desarrollan los programas de la Asociación Pop No'j
Mucha de la información que se publica en la redes sociales sobre sus actividades no es reciente	
El encargado de comunicación no puede cubrir todas las actividades de la Asociación	
No se le da importancia a la identidad corporativa de la Asociación, pues no hay misión, visión, o nombre de la Asociación en sus instalaciones	
Poco conocimiento del uso de herramientas digitales para comunicarse	
Existencia de ruidos en la comunicación que se realiza a través de herramientas digitales	

Fuente: Elaboración propia



1.19 Problemas detectados



Se realizó un diagnóstico de comunicación a la Asociación Pop No'j con el propósito de evaluar la comunicación interna y externa de la Asociación; como resultado del diagnóstico se detectaron los siguientes problemas.

No cuenta con la misión y visión visibles en ningún lugar de sus instalaciones, tampoco cuenta con rótulo o alguna identificación en la fachada de sus instalaciones que indique que en ese lugar se encuentran las oficinas centrales de la Asociación Pop No'j.

El personal administrativo y colaboradores no tienen un uniforme que los identifique como miembros de la Asociación Pop No'j, de igual forma los vehículos no están rotulados con el isologo o nombre de la Asociación.

No hay un departamento de comunicación, existe únicamente la unidad de comunicación la cual está integrada por una sola persona.

La Asociación Pop No'j reconoce la importancia de crear un departamento de comunicación, sin embargo, esto no ha sido posible debido al presupuesto que tienen ya que ellos trabajan en alianza con donantes por lo tanto el presupuesto es variable.

El comunicador quien es la única persona que integra la unidad de comunicación, en muchas ocasiones no puede cubrir las actividades del programa juventud y mujeres y del eje migración.

Como resultado de lo anterior en muchas ocasiones la información que se publica en las redes sociales no es reciente.

Debido a la pandemia COVID-19, se inició con el uso de plataformas y herramientas digitales, sin embargo, muchos colaboradores aún no saben utilizar correctamente las herramientas, desconocen sus funciones, lo que dificulta la comunicación interna.



1.20 Planteamiento del problema comunicacional

¿Cuál es el grado de dominio que tienen los colaboradores de la Asociación Pop No'j de las herramientas digitales?

Con la llegada del COVID-19 hubo cambios en la dinámica de trabajo y comunicación de la Asociación Pop No'j, se incrementó el uso de herramientas digitales, no obstante, la mayoría no domina a cabalidad las herramientas digitales lo cual incide en flujo de trabajo y la comunicación de la Asociación.

1.21 Indicadores de éxito

Los recursos o herramientas que se tienen disponibles para la realización exitosa de este proyecto son los siguientes:

La colaboración de la Asociación Pop No'j, el director está consciente de la importancia de la comunicación interna y ha expresado estar anuente a colaborar para la realización de proyectos que brinden beneficios a la Asociación y sus colaboradores.

Ayuda del comunicador quien dirige la unidad de comunicación, al igual que el director de la Asociación, se cuenta con el apoyo del encargado de comunicación para la elaboración de este proyecto.

La unidad de comunicación de la Asociación Pop No'j cuenta con el equipo necesario para la grabación y edición de material audio visual y elaboración de material gráfico.

Interés de los colaboradores de la Asociación Pop No'j en capacitarse en el uso de herramientas digitales para mejorar la comunicación interna.



Acceso a internet, equipo de computación y teléfonos inteligentes, estos insumos facilitan la elaboración del proyecto.

Material informativo, existe suficiente información sobre las herramientas digitales, sus características y su utilización, lo que eleva las probabilidades de realizar el proyecto con éxito.

1.22 Proyecto a desarrollar

Estrategia de comunicación interna para la Asociación Pop No'j a través herramientas digitales.



Capítulo 2

Plan estratégico de comunicación

2.1 Plan estratégico de comunicación

La planeación se puede definir como "el proceso de establecer objetivos y escoger el medio más apropiado para el logro de los mismos antes de emprender la acción" (Goodstein, Nolan , & Pfeiffer, 1998, pág. 5). Para que un plan sea efectivo se deben establecer objetivos que sean alcanzables a corto mediano o largo plazo; los objetivos o metas del plan deben de estar orientadas en beneficio de la organización o sus miembros.

El plan de comunicación es un documento donde se definen los objetivos, estrategias y acciones de comunicación que una empresa debe cumplir (Galicia, s.f.). Para realizar un plan de comunicación es necesario en primer lugar obtener información de la situación actual, esto puede hacerse a través de encuestas, entrevistas o cualquier otro instrumento de recolección de datos; luego se procede a establecer objetivos, realizar acciones y establecer indicadores que permitan medir si se alcanzaron los objetivos establecidos.

2.2 Misión

Capacitar a los colaboradores de la Asociación Pop No'j en el uso de herramientas digitales que permitan difundir de mejor forma sus mensajes a su público objetivo.

2.3 Visión

Que por medio de las capacitaciones los colaboradores de la Asociación Pop No'j sean personas que dominen con eficacia las herramientas digitales.



2.4 Elementos comunicacionales

A continuación se describen brevemente los conceptos de los elementos comunicacionales que están relacionados con el plan de comunicación.

2.4.1 Comunicación:

Según López, la palabra comunicación "nos lleva al termino de origen latino *comunis* que significa "común". Comunicar, por lo tanto, tiene que ver con poner en común pensamientos y mensajes emocionales, con el objetivo de compartir, proponer o hacer algo con otra persona" (2013, pág. 11). La comunicación es un proceso de interacción social que permite al ser humano expresar sentimientos y dar o recibir información; la comunicación al ser un proceso, esta integrada por los siguientes elementos:

a) Emisor:

Es el encargado de enviar el mensaje. El emisor es quien inicia el proceso de comunicación, por lo general el emisor es quien codifica el mensaje en un código que sea entendible para él y para el receptor.

b) Receptor:

Es quien recibe el mensaje que envía el emisor, el receptor recibe el mensaje e interpreta el código del mensaje. Luego de haber interpretado el mensaje el receptor puede enviar un mensaje de regreso, pasando de esta forma de ser receptor a ser emisor.

c) Mensaje:

Es la información que el emisor desea transmitir, ésta al momento de ser transmitida lleva un código asignado por el emisor y que el receptor conoce, lo que le permite decodificar el mensaje.



d) Canal:

Es el medio por el cual un mensaje es transmitido. Como ejemplo de algunos canales se puede mencionar la voz humana, el teléfono, la radio, etc.

e) Código:

Es el conjunto de signos que utiliza el ser humano para elaborar los mensajes que transmite. El lenguaje es un código, pero cualquier señal que sea entendible para un grupo de personas y que responda a determinadas reglas o convencionalismos es un código (Velázquez, 1999).

f) Realimentación o *Feedback*:

Es el proceso por medio del cual el receptor, responde a los mensajes enviados por el emisor. La realimentación o *Feedback* es un elemento importante en el proceso de comunicación ya que si este no existe entonces no existe un proceso de comunicación sino solamente un proceso de información.

g) Ruidos:

Los ruidos son todos aquellos obstáculos o impedimentos que obstruyen la comunicación, son barreras que impiden el flujo de información. Los ruidos inciden de forma negativa en la comunicación humana y pueden llegar a desestabilizar las interacciones humanas (Flores & Orozco, 1988). Existen diferentes tipos de ruidos en la comunicación por ejemplo ruidos físicos, psicológicos, fisiológicos, semánticos, ruidos técnicos.

h) Ruidos técnicos:

Este tipo de ruidos se producen principalmente en el medio de comunicación. Sobre el tema González indica que "se producen debido a las deficiencias técnicas de los equipos utilizados para la transmisión del mensaje, o por el deficiente manejo de los mismos" (2003, pág. 47).



2.4.2 Comunicación Organizacional



La comunicación se da en todo ámbito de la vida humana, dentro del entorno empresarial se le llama comunicación organizacional. Fernández la define "como un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, o entre la organización y su medio; o bien, a influir en las opiniones, actitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización" (2002, p.12).

El campo de acción de la comunicación organizacional se da principalmente entre los miembros de una organización puesto que es una herramienta de trabajo en la organización; como lo señala Hodgetts y Altman "la comunicación organizacional es el proceso mediante el cual un individuo o una de las subpartes de la organización se pone en contacto con otro individuo u otra subparte" (citado por Martínez y Nosnik, 2008, p.30).

- Comunicación externa:

Son todos los mensajes que una organización o empresa transmite hacia diferentes públicos externos con el propósito de generar una imagen favorable. Fernández (2002). Esta comunicación busca crear, mantener o mejorar la relación con el público y para eso hace uso de diferentes herramientas como el marketing, las relaciones públicas, las notas de prensa, la publicidad, las redes sociales, etc.

- Comunicación interna:

La definición de comunicación interna es la siguiente: conjunto de actividades efectuadas por una organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, por medio del uso de diferentes medios para mantenerlos informados, integrados y motivados a fin de contribuir con su trabajo al logro de los objetivos de la empresa (Fernández, 2002). La comunicación interna en una organización se da de la siguiente forma:



a) Comunicación Descendente

Esta comunicación se caracteriza por ser de tipo jerárquica se da desde los superiores hacia los subordinados se utiliza principalmente para proporcionar instrucciones de trabajo o información específica. Fue el primer tipo de comunicación interna en el marco organizacional y tuvo su origen aproximadamente a mitad del siglo XIX. (Castillo, 2010)

b) Comunicación Ascendente

Este tipo de comunicación se caracteriza por ir de los subordinados hacia los superiores, y su principal beneficio para los superiores radica en obtener información de primera mano sobre el clima laboral de su organización. Para que esta comunicación funcione debe de existir una retroalimentación hacia su emisor. Esta comunicación se puede dar a través de llamadas telefónicas, reuniones o entrevistas. (Martínez & Mosnik, 2008)

c) Comunicación Horizontal

Esta comunicación se da entre personas que poseen el mismo nivel jerárquico o dentro de los departamentos que son parte de una organización, los individuos al pertenecer al mismo nivel tienen la posibilidad de comunicarse entre sí. El propósito de este tipo de comunicación es integrar y coordinar las acciones del personal del mismo nivel jerárquico. Dentro de las ventajas de esta comunicación Castillo menciona:

- "Favorecer la comunicación interdepartamental e intradepartamental.
- Hacer posible un proyecto de empresa basado en la participación.
- Mejorar el desarrollo organizativo.
- Incrementar la cohesión interna.
- Mejorar la gestión interna." (2010, p.132).

d) El Rumor

Es un tipo de comunicación informal que traslada a los receptores información sin fundamentos o con datos ambiguos, esta comunicación se transmite a través de canales informales; es una comunicación que presenta información incierta, una mezcla de verdad y mentira. El rumor surge



como consecuencia de la carencia de información oficial transmitida a través de canales formales de información.

2.4.3 Comunicación digital

Conforme el ser humano fue desarrollándose realizó avances tecnológicos, uno de estos fue la creación de internet; esta red permitía llegar a un grupo mayor de personas en cualquier lugar, obtener e intercambiar información de acontecimientos actuales en pocos minutos; dichas características lo convertían en un nuevo medio de comunicación en crecimiento, sin embargo, aún tenía limitaciones que impedía ser accesible para todas las personas (Beltetón, 1997).

Con el tiempo se realizaron cambios que facilitaron el uso de internet para una persona sin mayor conocimiento en computación, hubo un abaratamiento de los costos económicos y facilidades técnicas; estos cambios hicieron que un mayor público se interesara e involucrara en el uso de internet convirtiéndose en un medio de comunicación masivo dando así origen al auge que tiene actualmente internet (Ballina, 2008).

Con la masificación de internet las personas comenzaron a comunicarse a través de este medio utilizando las herramientas digitales y recursos en línea que les brinda internet, de esta forma dio inicio la comunicación digital, la cual puede entenderse como "el intercambio de información y conocimiento haciendo uso de las herramientas digitales disponibles, puestas a nuestra disposición por la investigación y desarrollo tecnológico" (Ilifbelt Times, s.f.).

La comunicación digital permite estar informados y en constante comunicación con el resto del mundo, incluso permite la realimentación o *feedback* en tiempo real; a diferencia de los medios tradicionales la comunicación a través de medios digitales proporciona la posibilidad de diversificar los mensajes puesto que es posible hacer uso de imágenes, texto, audio y video todo a través del mismo medio de comunicación.



2.4.4 Herramientas digitales

Las herramientas digitales son programas que están instalados en las computadoras, celulares, tabletas o cualquier otro dispositivos electrónico; también son conocidos comúnmente como aplicaciones o *Apps*. Estas herramientas han sido creadas para realizar ciertas tareas o funciones específicas, esto con el propósito de facilitar las actividades cotidianas. Existe diversidad de herramientas digitales, entre ellas se puede mencionar:

a) *Google Drive*:

Es un servicio de almacenamiento de datos propiedad de *Google*, en su versión gratuita permite tener una capacidad de almacenamiento 15 GB. Para tener una cuenta de *Google Drive* simplemente se debe crear una cuenta con un correo electrónico, una vez creada la cuenta la herramienta digital permitirá crear carpetas para almacenar, subir archivos de cualquier tipo, crear y modificar documentos en línea.

b) *Prezi*:

Prezi es una herramienta digital que permite crear presentaciones dinámicas y originales. Funciona a modo de lienzo en donde se puede organizar y distribuir los elementos o animaciones que posteriormente serán visualizadas. *Prezi*, destaca por sus efectos visuales, *zooms*, movimientos y colores. Es necesario contar con conexión a internet para utilizar esta herramienta y no es necesario instalar ningún programa en la computadora debido a que todas las presentaciones que se creen se guardaran en la nube.

c) *Genial.ly*

Genially es una herramienta de fácil uso y muy eficaz para crear recursos digitales como infografías, animaciones, recursos interactivos y presentaciones. Para utilizar esta herramienta solo es necesario registrarse en la página oficial, su interfaz es muy intuitiva, cuenta con plantillas predeterminadas que pueden ser adaptadas a los requerimientos del usuario, es una herramienta que necesita conexión a internet para trabajar con ella.



d) *Mentimeter*:

Es una herramienta cuya función es interactuar y hacer participar a una audiencia. La aplicación permite crear una presentación similar a *PowerPoint* y en un momento específico lanzar preguntas, los resultados se pueden ver en la pantalla en tiempo real. Se pueden registrar ideas, realizar encuestas, recibir preguntas, realizar concursos, realizar nubes de tags, etc.

e) *Zoom*:

Es un servicio de videoconferencia que se usa para reunirse virtualmente con otras personas, ya sea por video o solo audio, esta herramienta permite grabar las sesiones para verlas más tarde. La versión gratuita, permite realizar videoconferencias de 40 minutos y hasta 100 participantes. También es posible el uso compartido de pantalla lo que permite que las personas puedan ver lo que usted ve.

f) *Google Meet*:

Es la aplicación de videoconferencias de *Google*, la aplicación cuenta con una interfaz sencilla; para acceder a *Google Meets* es necesario ingresar a la página meet.google.com, e ingresar el código de reunión, este es único para cada videollamada. Se trata de un método seguro, ya que solo los usuarios que dispongan del código tendrán acceso a las reuniones.

2.5 Alcances y límites de la estrategia

Alcances

La ejecución del proyecto podrá realizarse en un tiempo aproximado de mes y siete días por lo que el alcance en tiempo será hasta la primera semana de septiembre.

- Se pretende capacitar a los colaboradores de la Asociación Pop No'j en el uso de *Google drive* y algunas herramientas digitales.



- Las herramientas digitales como *Zoom* o *Google Meet* permitirán alcanzar a los colaboradores de la Asociación que se encuentran en el departamento de Huehuetenango.
- Se buscará apoyo en el comunicador de la Asociación para que colabore en el desarrollo y ejecución del proyecto.

Límites

Entre los límites del proyecto tenemos los siguientes:

- El tiempo. Se tiene poco tiempo para realizar el proyecto ya que el ejercicio profesional supervisado, establece una fecha límite para realizar las actividades del proyecto.
- Mala señal de internet. Este proyecto va dirigido a los colaboradores de la Asociación Pop No'j quienes se encuentran en el departamento de Huehuetenango, en esta región de nuestro país la señal de internet es deficiente.
- Cortes de energía eléctrica. La región de Huehuetenango es una zona propensa a cortes de energía eléctrica por lo que existe el riesgo que esto afecte la participación de los colaboradores de la Asociación en las actividades del proyecto.
- Poca disponibilidad de tiempo. Los colaboradores de la Asociación Pop No'j tienen una carga laboral grande por lo que existe la posibilidad que no tengan tiempo para participar en las actividades de este proyecto.

2.6 Metodología para la aplicación de la estrategia comunicacional

Según Pimienta y De la Orden "Por metodología debemos entender el conjunto de métodos, modos de obrar o proceder con un orden determinado" (2017, p. 39). La metodología es un proceso



ordenado de pasos o actividades que tienen como fin conseguir un objetivo. Para la implementación exitosa de un plan de comunicación es fundamental establecer una serie de pasos que coadyuven al cumplimiento de los objetivos trazados en el plan de comunicación.

Para realización de la segunda fase del ejercicio profesional supervisado, plan de comunicación para la Asociación Pop No'j se siguieron los siguientes pasos.

- Búsqueda de información sobre herramientas digitales, *Google Drive* y sus funciones.
- Clasificación de la información recabada.
- Redacción de contenido temático de curso sobre *Google Drive* y sus funciones.
- Redacción de contenido temático de conferencias sobre herramientas digitales y *tips* para presentaciones efectivas.
- Presentación de propuestas de contenido temático de curso y conferencias al comunicador de Asociación Pop No'j para su visto bueno.
- Presentación de propuesta de curso y conferencias al director de la Asociación Pop No'j para su validación y aprobación.
- Redacción de la información para guión de material audiovisual de curso sobre *Google Drive*.
- Elaboración de material audiovisual (grabación y edición).
- Implementación del curso en el aula virtual de la Asociación Pop No'j.
- Elaboración de *post* con información sobre curso para publicar en los grupos de *WhatsApp* de la Asociación Pop No'j.
- Preparación de material para capacitación sobre herramientas digitales y *tips* para presentaciones efectivas.
- Calendarización de fecha para capacitación.
- Informar e invitación a colaboradores de Asociación Pop No'j a capacitación sobre herramientas digitales y *tips* para presentaciones efectivas.
- Realización de la capacitación.



2.6.1 Objetivos de la estrategia

2.6.1.1 Objetivo General

Fortalecer la comunicación interna por medio de instrumentos digitales que difundan de mejor manera la información de la Asociación Pop No'j de Huehuetenango.

2.6.1.2 Objetivos específicos

- Mejorar las capacidades digitales de los colaboradores de Asociación Pop No'j.
- Desarrollar las habilidades de los colaboradores de Asociación Pop No'j para la creación de mensajes

2.6.2 Acciones para conseguir los objetivos

De acuerdo al diagnóstico de comunicación interna realizado a la Asociación Pop No'j se pudo determinar que los colaboradores desconocen o tienen poco conocimiento de las funciones de herramientas como *Google Drive* lo que repercute en el desarrollo de sus actividades y su comunicación puesto que si las supieran utilizar podrían trabajar de manera conjunta y efectiva. El resultado de las encuestas muestra que los colaboradores de la Asociación están interesados en ser capacitados en la herramienta *Google Drive*.

En las entrevistas a los coordinadores de los programas de la Asociación Pop No'j se determinó que la comunicación entre los colaboradores se vuelve tediosa, por lo que ven la necesidad de conocer herramientas digitales que dinamicen la comunicación en las reuniones. Con base en lo anterior se plantearon los objetivos del plan de comunicación y para su cumplimiento se plantearon las siguientes acciones:



Objetivo específico 1

Mejorar las capacidades digitales de los colaboradores de Asociación Pop No'j.

Acciones:

- Elaboración de material audiovisual para el curso tutorial sobre *Google Drive*.
- Producción de videos para curso tutorial.
- Postproducción de videos para curso tutorial.

Objetivo específico 2

Desarrollar las habilidades de los colaboradores de Asociación Pop No'j para la creación de mensajes.

Acciones:

- Capacitación sobre uso de herramientas digitales.
- Capacitación sobre presentaciones efectivas.

2.6.3 Indicadores para medir su cumplimiento

Los indicadores son herramientas que nos permiten evaluar el rendimiento de los procesos internos de una organización, se pueden definir de la siguiente manera: "Un indicador es una herramienta cuantitativa o cualitativa que muestra indicios o señales de una situación, actividad o resultado" (CONEVAL, 2013, pág. 12). Los indicadores proporcionan información precisa sobre el cumplimiento de objetivos previamente establecidos. Los indicadores con los que se medirá el resultado de este plan de comunicación son los siguientes:

Curso tutorial sobre *Google Drive*.

Los indicadores que se utilizarán serán la cantidad de personas que vea los videos tutoriales, también la cantidad de personas que finalice el curso.



Capacitación sobre uso de herramientas digitales.

El indicador que se utilizará en será la cantidad de personas que se unan a la reunión en la plataforma *Zoom/Meet*.

Capacitación sobre presentaciones efectivas.

Se utilizará como indicador la cantidad de personas que se unan a la reunión en la plataforma *Zoom/Meet*.

2.6.4 Instrumentos

Los instrumentos que se utilizaran para la elaboración del plan de comunicación son los siguientes.

TABLA 2

Instrumentos de acciones de objetivo específico 1

Acciones de objetivo específico 1	Instrumentos	Fecha
Elaboración de material audiovisual para el curso tutorial sobre <i>Google Drive</i> .	Servicio de internet, computadora, <i>Microsoft Word</i>	19 al 28 de julio
Producción de videos para curso tutorial.	Servicio de internet, computadora, programa para grabar, micrófono, cámara, <i>Microsoft Word</i>	19 al 28 de julio
Postproducción de videos para curso tutorial.	Servicio de internet, computadora, programa para grabación y par edición de video,	19 al 28 de julio

Fuente: Elaboración Propia



TABLA 3

Instrumentos de acciones de objetivo específico 2

Acciones de objetivo específico 2	Instrumentos	Fecha
Capacitación sobre uso de herramientas digitales.	Computadora, servicio de internet, <i>Zoom, Google Meet, Microsoft Word</i>	9 de agosto al 14 de agosto
Capacitación sobre presentaciones efectivas.	Computadora, servicio de internet, <i>Zoom, Google Meet, Microsoft Word</i>	16 de agosto al 20 de agosto

Fuente: Elaboración Propia

2.6.5 Actividades para la operatividad de la estrategia

La Asociación Pop No'j es una organización que trabaja con los pueblos Mayas del departamento de Huehuetenango, acompañándolos en procesos de formación a través de proyectos y programas que ayuden al empoderamiento de la población Maya. La Asociación cuenta con un aproximado de 35 colaboradores, la mayoría se encuentra en el área de Huehuetenango, actualmente debido a la pandemia de COVID-19 han optado por la modalidad de teletrabajo y la mayoría de sus reuniones las realizan a través de *Zoom* o *Google Meet*.

La información obtenida de las entrevistas realizadas como parte del diagnóstico de comunicación indica que existe poco conocimiento del uso de herramientas digitales por parte de los colaboradores de la Asociación lo que incide en flujo de trabajo y la comunicación puesto que, no saber utilizar estas herramientas les impide trabajar y compartir información en tiempo real. Además, en las entrevistas se recalcó la necesidad de implementar herramientas digitales que dinamicen las reuniones puesto que la comunicación se ha vuelto muy monótona.

Los resultados de la encuesta realizada a los colaboradores de la Asociación Pop No'j indican que ellos están interesados en ser capacitados en el uso de herramientas tecnológicas, especialmente



Google Drive. Es importante mencionar que dentro de los objetivos estratégicos establecidos por la Asociación esta Fortalecer conceptual, política, técnica, tecnológica, administrativa y financieramente a la Asociación Pop No'j y su personal, para una proyección eficaz y eficiente. (Plan Estratégico 2014-2019, s.f., pág. 13)

Con base en la información obtenida se pretende desarrollar los siguientes productos comunicacionales:

- Curso tutorial sobre *Google Drive*
Se creará un curso sobre *Google Drive* y sus funciones, el material audiovisual del curso estará disponible en el aula virtual de la página oficial de la Asociación Pop No'j.
- Capacitaciones sobre herramientas digitales
Se realizarán capacitaciones sobre el uso de herramientas digitales y sobre presentaciones efectivas, esto con el propósito de que los colaboradores de la Asociación puedan dinamizar sus reuniones y comunicar mejor sus mensajes.

Para que las acciones previamente establecidas se lleven a cabo con éxito, es necesario realizar una serie de actividades, dentro de las cuales se puede mencionar las siguientes:



TABLA 4

Actividades de objetivo específico 1

Acciones de objetivo específico 1	Actividades		
Elaboración de material audiovisual para el curso tutorial sobre <i>Google Drive</i> .	Definir contenido temático de tutorial sobre <i>Google Drive</i> .	Presentar propuesta de contenido de curso al director para su aprobación.	
Producción de videos para curso tutorial.	Elaboración de guión para videos.	Grabación de video para tutorial.	
Postproducción de videos para curso tutorial.	Edición de video para tutorial	Presentación de videos para su aprobación.	Subir el material audio visual al aula virtual de página de Asociación Pop No'j.

Fuente: Elaboración Propia

TABLA 5

Actividades de objetivo específico 2

Acciones de objetivo específico 2	Actividades			
Capacitación sobre uso de herramientas digitales.	Presentar propuesta al director de la Asociación Pop No'j para su aprobación.	Preparar información y material para la presentación	Informar a los colaboradores de la Asociación Pop No'j sobre la capacitación.	Realizar la capacitación.
Capacitación sobre presentaciones efectivas.	Presentar propuesta al director de la Asociación Pop No'j para su aprobación.	Preparar información y material para la presentación.	Informar a los colaboradores de la Asociación Pop No'j sobre la capacitación.	Realizar la capacitación.

Fuente: Elaboración Propia



2.7 Financiamiento



La Asociación Pop No'j es una organización civil no lucrativa cuya principal fuente de financiamiento son las donaciones, por este motivo la implementación del plan de comunicación interna para la Asociación, y la elaboración de los productos comunicacionales serán financiados principalmente por el estudiante de EPS. La Asociación Pop No'j ha mostrado su anuencia a colaborar según sean sus posibilidades en la implementación del plan de comunicación brindando apoyo en recurso humano, equipo de cómputo e instalaciones.

2.8 Presupuesto

TABLA 6

Detalle	Cantidad	Costo por unidad	Costo total
Producción de material audiovisual	10	Q.800.00	Q.8000.00
Micrófono de solapa	1	Q.120.00	Q.120.00
Recarga de internet	6	Q50.00	Q.300.00
Resma de papel	1	Q.30.00	Q.30.00
Tinta para impresora	4	Q.15.00	Q60.00
Memoria USB	2	Q.75.00	Q.150.00
Realizar capacitaciones	5	Q.3000.00	Q.15000.00
Servicio mensual de plataforma digital Zoom	1	Q.96.00	Q.96.00
Asesoría en comunicación	1	Q.8,000.00	Q.8000.00
Total			Q.31,756.00

Fuente: Elaboración Propia



2.9 Beneficiarios

Directos:

Las personas que serán beneficiadas con este proyecto son los colaboradores de la Asociación Pop No'j; los colaboradores son aproximadamente 35 personas, hombres y mujeres comprendidas en un rango de edad entre 18 y 65 años y con grado de escolaridad diversificado y universitario.

Indirectos:

Entre los beneficiarios indirectos están, las comunidades de Huehuetenango, hombres, mujeres, niños, niñas y jóvenes; los donantes quienes apoyan las actividades de la Asociación Pop No'j.

2.10 Recursos humanos

Dentro de los recursos humanos con los que se cuenta para este proyecto están:

- Doctor. Juan José Hurtado, director de la Asociación Pop No'j quien es el encargado de aprobar la propuesta de proyecto de comunicación.
- Fredy Sitaví, comunicador de la Asociación Pop No'j su función es proporcionar información y brindar apoyo en elaboración de proyecto.
- Doctor José María Torres, su función es coordinar todas las actividades relacionadas con el EPS.
- Master Evelin Morazán, su función es supervisar cada una de las actividades del EPS.
- Licenciado Mynor Martínez y licenciado Fernando Lucero, supervisores de EPS, su función es asesorar en la realización del Ejercicio Profesional Supervisado.



- Estudiante de EPS Luciano Samol, encargado de elaboración e implementación del plan de comunicación para la Asociación Pop No'j.

2.11 Áreas geográficas de acción

Las áreas geográficas de acción son principalmente la ciudad de Guatemala y el departamento de Huehuetenango. Este proyecto se llevará a cabo en la ciudad de Guatemala, en este lugar se gestionará y elaborará, una vez hecho, el área en donde incidirá será el departamento de Huehuetenango, pues la mayoría de colaboradores de la Asociación Pop No'j se encuentran en ese departamento.



2.12 Cuadro comparativo de la estrategia

TABLA 7

Producto comunicacional	Objetivos específicos	Presupuesto	Recurso humano	Área geográfica de impacto	Beneficiarios	Fecha de ejecución
Curso tutorial sobre Google Drive	Que los colaboradores de la Asociación aprendan a utilizar esta herramienta digital.	Q.8000.00	Estudiante de EPS y Comunicador de Asociación Pop No'j	Departamento de Huehuetenango	Colaboradores de Asociación Pop No'j	19 de julio a 28 de julio
Capacitación sobre uso de herramientas digitales.	Que los colaboradores de la Asociación conozcan las herramientas digitales.	Q.3000.00	Estudiante de EPS	Departamento de Huehuetenango	Colaboradores de Asociación Pop No'j	9 de agosto al 14 de agosto
Capacitación sobre presentaciones efectivas.	Que los colaboradores de la Asociación aprendan a mejorar sus mensajes	Q.3000.00	Estudiante de EPS	Departamento de Huehuetenango	Colaboradores de Asociación Pop No'j	16 de agosto al 20 de agosto

Fuente: Elaboración propia



2.13 Cronograma del plan de comunicación

TABLA 8

Actividades	Julio		Agosto			
Elaboración de material audiovisual para el curso tutorial sobre <i>Google Drive</i>.	■	■				
Definir contenido temático de tutorial sobre Google Drive.	■	■				
Presentar propuesta de contenido de curso al director para su aprobación.	■	■				
Presentar propuesta de contenido de curso al director para su aprobación.	■	■				
Elaboración de guión para videos.	■	■				
Grabación de video para tutorial.	■	■				
Edición de video para tutorial	■	■				
Presentación de videos para su aprobación.	■	■				
Subir el material audiovisual al aula virtual de página de Asociación Pop No'j.	■	■				
Capacitación sobre uso de herramientas digitales.				■		
Presentar propuesta al director de la Asociación Pop No'j para su aprobación.				■		
Preparar información y material para la presentación				■		
Informar a los colaboradores de la Asociación Pop No'j sobre la capacitación.				■		
Realizar la capacitación.				■		
Capacitación sobre presentaciones efectivas.				■		
Presentar propuesta al director de la Asociación Pop No'j para su aprobación.				■		
Preparar información y material para la presentación				■		
Informar a los colaboradores de la Asociación Pop No'j sobre la capacitación.				■		
Realizar la capacitación.				■		



Actividades	Septiembre			
Capacitación sobre herramienta digital Zoom				
Presentar propuesta al director de la Asociación Pop No'j para su aprobación.	■			
Preparar información y material para la presentación		■		
Informar a los colaboradores de la Asociación Pop No'j sobre la capacitación.			■	
Realizar la capacitación.				■
Actividades	Octubre			
Capacitación sobre herramienta digital Google Meet.				
Presentar propuesta al director de la Asociación Pop No'j para su aprobación.	■			
Preparar información y material para la presentación		■		
Informar a los colaboradores de la Asociación Pop No'j sobre la capacitación.			■	
Realizar la capacitación.				■
Actividades	Noviembre			
Capacitación sobre herramienta digital Slack.				
Presentar propuesta al director de la Asociación Pop No'j para su aprobación.	■			
Preparar información y material para la presentación		■		
Informar a los colaboradores de la Asociación Pop No'j sobre la capacitación.			■	
Realizar la capacitación.				■

Fuente: Elaboración Propia



Capítulo 3



3.1 Ejecución 1: curso tutorial sobre *Google Drive*

Objetivo de la actividad

- Mejorar las capacidades digitales de los colaboradores de Asociación Pop No'j.

Los resultados obtenidos en las encuestas indicaron que los colaboradores de la Asociación Pop No'j tienen interés por capacitarse en el uso de la herramienta *Google Drive*; por lo que se elaboró una serie de videos tutoriales que proporcionan información sobre las características y uso de esta herramienta.

Medio utilizado

- Internet

Los colaboradores de la Asociación Pop No'j podrán acceder a los video tutoriales a través de internet.

- Aula virtual de la página de la Asociación Pop No'j

Los video tutoriales se subieron al aula virtual de la página de la Asociación y allí podrán ser vistos por los colaboradores en el momento que ellos deseen o tengan acceso a internet; se optó por esta modalidad debido a que la mayor parte de los colaboradores de la Asociación Pop No'j realizan sus actividades en el departamento de Huehuetenango y este departamento tiene constantemente problemas de cortes de energía eléctrica y mala señal de internet.



Área geográfica de impacto



- Ciudad de Guatemala
- Departamento de Huehuetenango

Presupuesto en esta acción

El costo económico total de esta acción fue cubierta en su totalidad por el estudiante de EPS.

TABLA 9

Presupuesto curso tutorial sobre Google Drive

Detalle	Cantidad	Costo por unidad	Costo total
Producción de material audiovisual	16	Q.800.00	Q.12,8000.00
Micrófono de solapa	1	Q.120.00	Q.120.00
Recarga de internet	6	Q50.00	Q.300.00
Total			Q13,220.00

Fuente: Elaboración propia

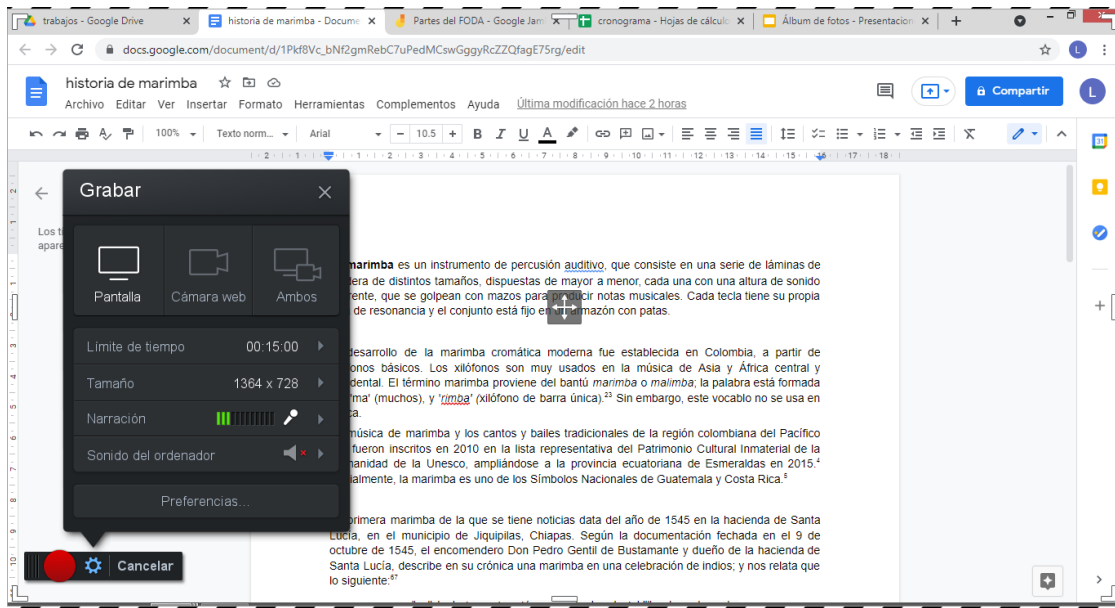
Comprobación del material

Se estableció en el cronograma que la ejecución de esta actividad que consistía en la elaboración, producción y postproducción de video tutoriales sobre la herramienta digital *Google Drive* para el aula virtual de la Asociación, se llevaría a cabo del 19 al 28 de julio, se cumplió con lo establecido. Se entregó el material y se subió al aula virtual de la Asociación Pop No'j, quedando solo pendiente el lanzamiento oficial para que los colaboradores puedan acceder al curso.



FIGURA 17

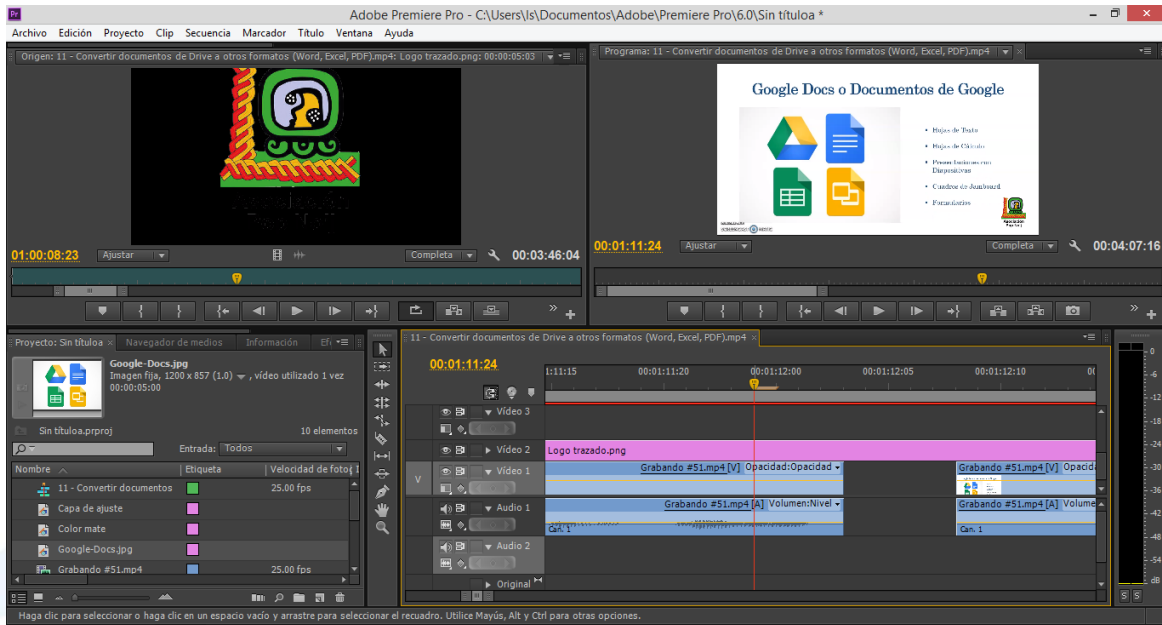
Grabación de material audiovisual



Fuente: Elaboración Propia

FIGURA 18

Edición de material audiovisual

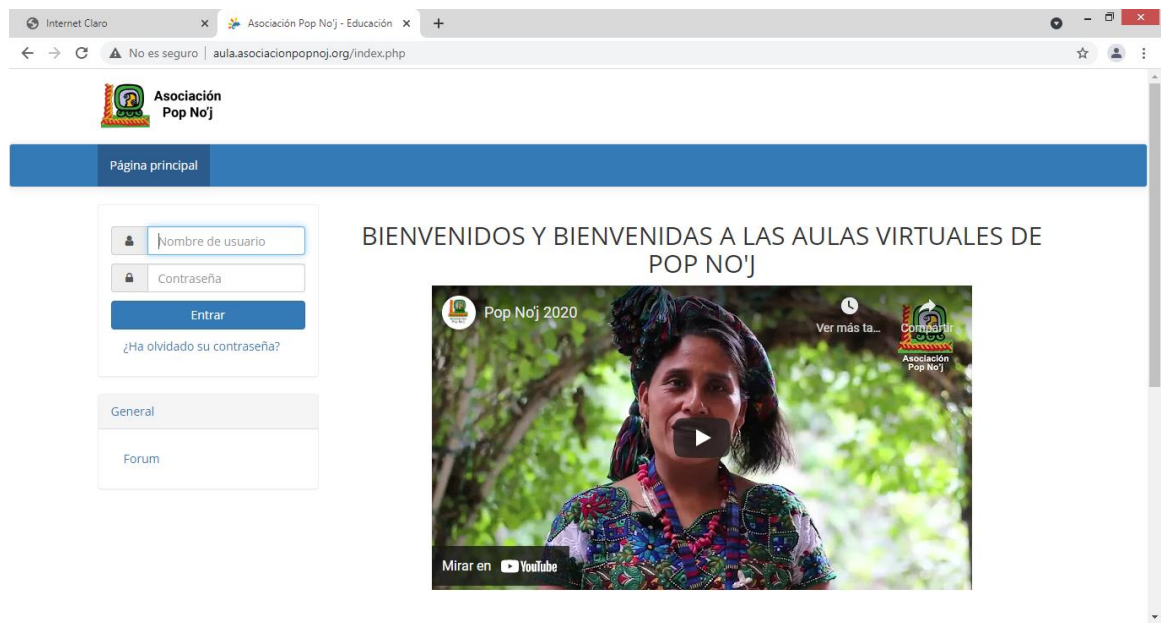


Fuente: Elaboración Propia



FIGURA 19

Aula virtual de la Asociación Pop No'j



Fuente: Elaboración Propia

Link: <https://drive.google.com/drive/folders/1ZcE2xEJCD-aWOKodyjY3iVIZ-ZPB9Oah?usp=sharing>

3.2 Ejecución 2: video tutorial sobre uso de herramientas digitales

Objetivo de la actividad

- Capacitar a los colaboradores de Asociación Pop No'j en el uso de herramientas digitales.

En la entrevista con los coordinadores de los programas de la Asociación indicaron que las reuniones se vuelven largas y tediosas por lo que consideran necesario el uso de herramientas digitales que dinamicen la comunicación en las reuniones.

Es importante mencionar que en el plan de comunicación se pretendía realizar una capacitación a través de *Zoom* con los colaboradores de la Asociación, sin embargo, se solicitó que se grabara un



video tutorial sobre el tema, esto debido a que la carga laboral diaria de los colaboradores les impedía coordinar una reunión para ser capacitados; por lo tanto se procedió a grabar el material.

Medio utilizado

- Internet

Los colaboradores de la Asociación Pop No'j podrán acceder a los video tutoriales a través de internet.

- Aula virtual de la página de la Asociación Pop No'j

El material audiovisual se subirá al aula virtual de la página de la Asociación para ser visto por los colaboradores cuando tengan acceso a internet; se optó por esta modalidad debido a la carga laboral que tienen la mayor parte de los colaboradores de la Asociación Pop No'j por lo que podrán visualizar los videos cuando ellos tengan un momento libre. Además el departamento de Huehuetenango tiene constantemente problemas de cortes de energía eléctrica y mala señal de internet lo que dificulta la posibilidad de una capacitación en vivo a través de video conferencia.

Área geográfica de impacto

- Ciudad de Guatemala
- Departamento de Huehuetenango

Presupuesto en esta acción

El costo de la elaboración de esta actividad fue cubierta en su totalidad por el estudiante de EPS.



TABLA 10

Video tutorial sobre uso de herramientas digitales

Detalle	Cantidad	Costo por unidad	Costo total
Realización de video tutoriales sobre herramientas digitales	6	Q.800.00	Q.48,000.00
Recarga de internet	6	Q50.00	Q.300.00
Total			Q.48,300.00

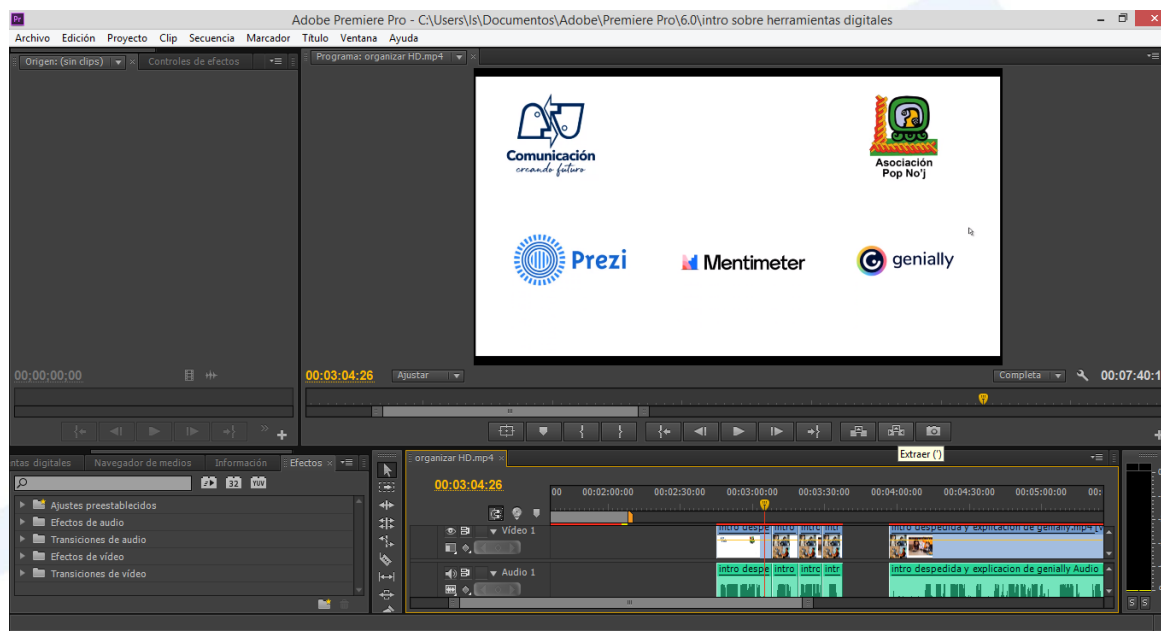
Fuente: Elaboración propia

Comprobación del material

Se fijó en el cronograma que la ejecución de esta actividad consiste en grabar una serie de videos tutoriales sobre el uso de herramientas digitales, la grabación edición de estos videos se efectuó del 11 al 18 de agosto y la edición se hizo del 19 al 27 del mismo mes, aún está pendiente que se suban los videos al aula virtual de la Asociación Pop No'j.

FIGURA 20

Grabación video tutorial herramientas digitales

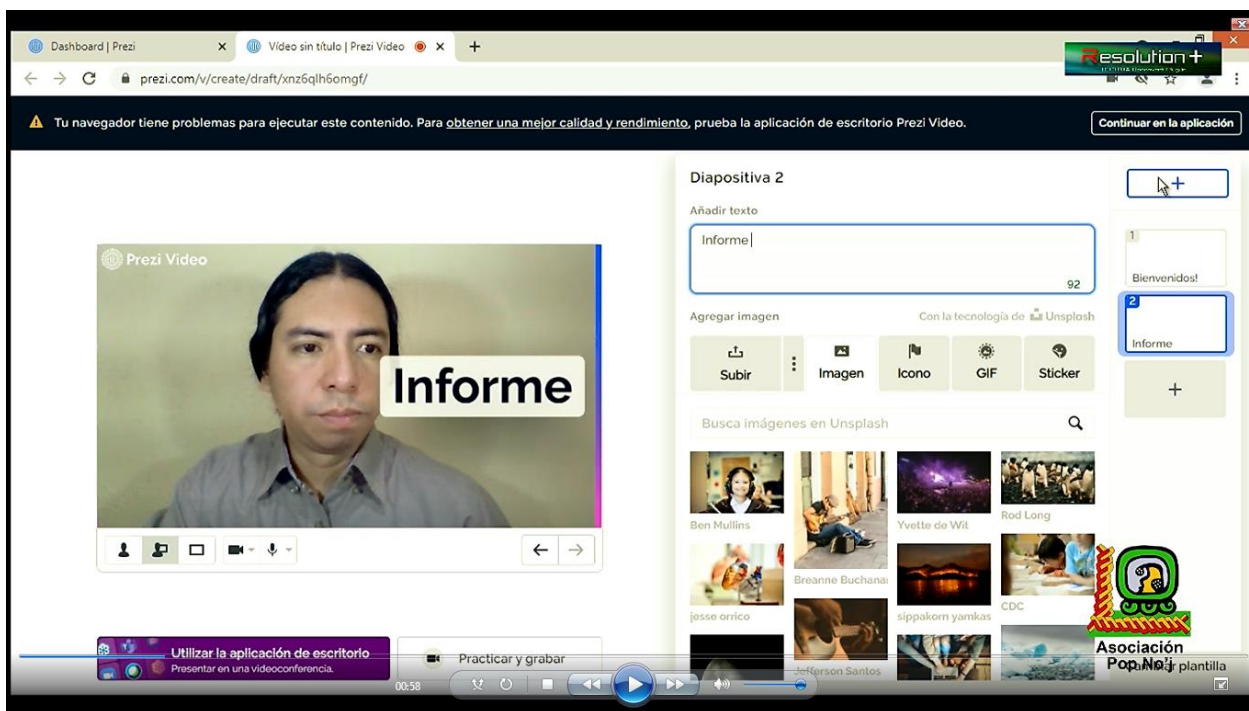


Fuente: Elaboración Propia



FIGURA 21

Video tutorial sobre herramienta digital *Prezi* video



Fuente: Elaboración Propia

Link: <https://drive.google.com/drive/folders/1oCBk8EwAn-TC-BO64NGK1eWxrYQN2vwv?usp=sharing>

3.3 Ejecución 3: video tutorial sobre *tips* para presentaciones efectivas.

Objetivo de la actividad

- Desarrollar las habilidades de los colaboradores de Asociación Pop No'j para la creación de mensajes.

Además del conocimiento para utilizar las herramientas digitales, era necesario que los colaboradores de la Asociación tuvieran conocimiento sobre cómo preparar adecuadamente sus



mensajes para una presentación de *PowerPoint* o de las herramientas digitales, puesto que elaborar de manera adecuada y efectiva los mensajes favorece la comunicación interna entre los colaboradores de la Asociación Pop No'j.

Al igual que con la anterior acción se pretendía realizar una capacitación a través de *Zoom* con los colaboradores de la Asociación, sin embargo, se solicitó que se grabara un video tutorial para el aula virtual, esto debido a que la carga laboral diaria de los colaboradores les impedía coordinar una reunión para ser capacitados; por lo tanto, se procedió a grabar el video tutorial.

Medio utilizado

- Internet

Los colaboradores de la Asociación Pop No'j podrán acceder a los video tutoriales a través de internet.

- Aula virtual de la página de la Asociación Pop No'j

El material del video tutorial se subirá al aula virtual de la página de la Asociación para ser visto por los colaboradores; se optó por esta modalidad debido a la carga laboral que tienen la mayor parte de los colaboradores de la Asociación Pop No'j por lo que podrán visualizar los videos cuando ellos tengan un momento libre.

Área geográfica de impacto

- Ciudad de Guatemala
- Departamento de Huehuetenango



Presupuesto en esta acción

El costo de la elaboración de esta actividad fue cubierta en su totalidad por el estudiante de EPS.

TABLA 11

Tutorial sobre tips para presentaciones efectivas

Detalle	Cantidad	Costo por unidad	Costo total
Realización de video tutoriales sobre herramientas digitales	8	Q.800.00	Q.64,000.00
Recarga de internet	6	Q50.00	Q.300.00
Total			Q.6,700.00

Fuente: Elaboración propia

Comprobación del material

Se estableció en el cronograma que la ejecución de esta actividad consiste en elaborar video tutoriales sobre *tips* para presentaciones efectivas, haría del 28 de agosto al 03 de septiembre, queda pendiente subir el material audiovisual al aula virtual de la Asociación Pop No'j.

FIGURA 22

Grabación de video tutorial sobre *tips* para presentaciones efectivas

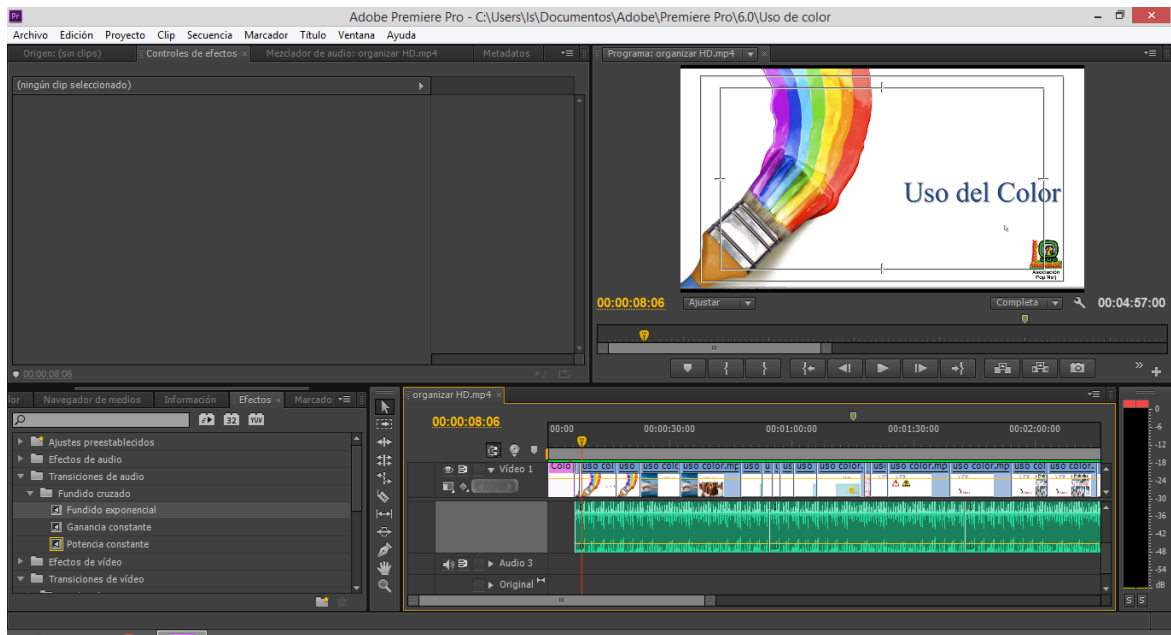


Fuente: Elaboración propia



FIGURA 23

Edición de video sobre *tips* para presentaciones efectivas



Fuente: Elaboración propia

FIGURA 24

Captura de video finalizado



Fuente: Elaboración propia



3.4 Actividades y calendarización



TABLA 12

Actividad	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre
Conferencias propedéutico	■									
Elaboración de informe propedéutico		■								
Entrega de informe propedéutico			■							
Elaboración de diagnóstico			■							
Conferencias sobre el diagnóstico de comunicación				■						
Entrega de diagnóstico de comunicación					■					
Elaboración de correcciones de informe de diagnóstico						■				
Entrega de correcciones al informe de diagnóstico							■			
Reuniones con comunicador de la institución para propuesta de plan de comunicación								■		
Elaboración de plan de comunicación									■	
Entrega de plan de Comunicación										■
Ejecución de Plan de comunicación										
Entrega de informe de ejecución de plan										
Examen de EPS										
Revisión y Corrección de informe final										
Graduación EPS										

Fuente: Elaboración propia



Conclusiones

Se identificó que los medios de comunicación que más utilizan los colaboradores de la Asociación Pop No'j son *WhatsApp*, *Zoom* y el teléfono. Los colaboradores indicaron que prefieren utilizar *WhatsApp* porque es un medio eficiente y accesible, también indicaron que consideran que estos son los medios más adecuados para transmitir información al personal de la Asociación. La comunicación interna en la Asociación Pop No'j en el contexto de la pandemia COVID-19 se da principalmente a través de reuniones virtuales, para ello hacen uso de las plataformas digitales

La encuesta realizada a los colaboradores de la Asociación Pop No'j mostró que el personal tiene un dominio aceptable de las herramientas digitales como *Zoom* y *Google Meet*, también indicaron que necesitaban capacitación en el uso de la herramienta *Google Drive*, además, la mayoría está interesado en aprender a utilizar herramientas digitales que permitan una mejor comunicación y desempeño laboral.

Los entrevistados indicaron que las reuniones virtuales en ocasiones se vuelven monótonas y aburridas, además existen muchos distractores que inciden en la comunicación a por medio de las plataformas, por lo que requieren conocer herramientas digitales que ayuden a mejorar su flujo de trabajo y comunicación.

Se crearon videos tutoriales con información sobre las herramientas digitales, esto con el propósito que los colaboradores de la Asociación mejoraran sus capacidades y conocimientos en el área de las herramientas digitales.

Estos videos tutoriales ayudaron a que los colaboradores aprendieran a usar herramientas digitales como *Google Drive* y sus aplicaciones asociadas (documentos de *Google*, *Google Slides*, hojas de cálculo de *Google*, *Jamboard*) así como la utilización de herramientas como *Prezi*, *Genial.ly* y *Mentimeter*.



Recomendaciones

Implementar el departamento de comunicación de la Asociación, actualmente hay una unidad de comunicación integrada por una sola persona, quien no se da abasto para cubrir las actividades realizadas por la Asociación.

Con el propósito de dar seguimiento a la mejora de las capacidades digitales de los colaboradores de la Asociación Pop No'j se sugiere continuar con las capacitaciones propuestas en el capítulo dos de este informe.

Efectuar capacitaciones constantes a los colaboradores de la Asociación sobre comunicación interna y clima laboral esto con el propósito de incidir de forma positiva en la comunicación interna de la Asociación Pop No'j.

La tecnología es primordial para el uso de herramientas digitales por lo que se aconseja brindar de equipo tecnológico adecuado al personal de la Asociación Pop No'j.

Asimismo, se debe capacitar al personal de la Asociación en el uso de tecnología y dispositivos electrónicos que permita mejorar su flujo de trabajo y de comunicación.



Referencias

- Arias, F. G. (2012). *El Proyecto de Investigación, Introducción a la Metodología Científica* (Sexta Edición ed.). Venezuela: Episteme.
- Asociación Pop No'j historia. (s.f.). Recuperado el 6 de 4 de 2021, de <https://www.asociacionpopnoj.org/nuestra-historia/> /
- Asociación Pop No'j. (s.f.). Recuperado el 7 de 4 de 2021, de <https://www.asociacionpopnoj.org>
- Baena , G. (2017). *Metodología de la Investigación*. Patria.
- Ballina, G. (2008). *La evolucion de internet como medio de comunicacion masivo*. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Beltetón, N. (1997). *Internet como nuevo medio de comunicación*. (E. d. Comunicación, Ed.) Guatemala: Universidad de San Carlos.
- Bernal , C. (2016). *Metodología de la Investigación* (Cuarta Edición ed.). Colombia: Pearson.
- Castillo, A. (2010). *Introducción a las relaciones públicas*. España: Instituto de investigación y relaciones públicas.
- CONEVAL. (2013). *Manual para el Diseño y la construccion de indicadores*. México, México: CONEVAL. Obtenido de <https://www.coneval.org.mx/Informes/Coordinacion/Publicaciones>
- Cuxil, w. (23 de 4 de 2021). Coordinador Programa Juventud, Asociación Pop No'j. (L. Samol, Entrevistador)
- Del Cid , A., Méndez, R., & Sandoval , F. (2011). *Investigación. Fundamentos y metodología* (Segunda ed.). Mexico: Pearson Educación.
- El Economista. (26 de 11 de 2019). *El Economista*. Recuperado el 5 de 5 de 2021, de <https://www.eleconomista.net/actualidad/Guatemala-afrenta-una-pobreza-multidimensional-del-61-20191126-0028.html>: <https://www.eleconomista.net/actualidad/>
- Favaro, D. (2 de Abril de 2008). *Comunicación organizacional. Planificación de la comunicación en grupos y organizaciones*. Recuperado el 9 de Octubre de 2021, de <https://creas.org/wp-content/uploads/2021/02/comorg.pdf>
- Fernández, C. (2002). *La comunicación en las organizaciones* (2da edición ed.). México: Trillas.



- Flores, S., & Orozco, E. (1988). *Hacia una comunicación administrativa integral* (5ta edición ed.). México: Trillas.
- Galicia, B. (s.f.). *Como elaborar el plan de comunicación*.
- González, J. (2020). *Técnicas e Instrumentos de investigación científica*. (E. C. EIR, Ed.) Perú.
- González, D. (2003). *Curso introductorio de semiología general* (2da edición ed.). Guatemala: s.d.
- Goodstein, L., Nolan, T., & Pfeiffer, J. W. (1998). *Planeación estratégica aplicada*. Colombia: McGrawHill.
- Hurtado, J. J. (16 de 4 de 2021). Director de Asociación Pop No'j. (L. Samol, Entrevistador) Ilifebelt Times. (s.f.). www.ilifebelt.com. Recuperado el 3 de 10 de 2021
- INE. (s.f.). <https://www.censopoblacion.gt/mapas>. Obtenido de <https://www.censopoblacion.gt/mapas>
- Láinez, A. (2013). Cambios socioculturales en la identidad étnica de los jóvenes mam, estudiantes de magisterio bilingüe de San Ildefonso Ixtahuacán. (211, Ed.) Guatemala: Escuela de Historia, Universidad de San Carlos de Guatemala.
- López, J. (2013). *La comunicación integral, teoría y practicas*. España: Ediciones Obelisco.
- López, R. (2009). *Monografía de la Región Huista*. Obtenido de www.isuu.com
- López, W. (2004). *Planificación de las Comunicaciones*. Guatemala, Guatemala: Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Martínez, A., & Mosnik, A. (2008). *Comunicación organizacional práctica: manual gerencial* (2da ed.). México: Trillas.
- Melgar, L. (2011). *Guía para presentación del informe del Proyecto* (Tercera ed.). Guatemala : s.f.
- Miculax, B. (23 de 4 de 2021). Coordinadora Programa Mujeres, Asociación Pop No'j. (L. Samol, Entrevistador)
- Ñaupas, A., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa- cualitativa y redacción de la tesis* (Quinta ed.). Ediciones de la U.
- Ortiz, A. (2015). *Enfoques y métodos de investigación en las ciencias sociales y humanas*. Colombia: Ediciones de la U.
- Otero, D., & Gache, F. (s.f.). <https://dialnet.unirioja.es>. Recuperado el 18 de Julio de 2021, de <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/7400009.pdf>



Pimienta, J. H., & De la Orden, A. (2017). *Metodología de la Investigación* (tercera ed.). México: Pearson.

Plan Estratégico 2014-2019. (s.f.). 20. Guatemala, Guatemala. Recuperado el 15 de 03 de 2021

Ponce, H. (2007). *La matriz foda: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones*. Recuperado el 15 de Agosto de 2021, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29212108>

Raquec, S. (22 de 4 de 2021). Coordinadora Eje Migración, Asociación Pop No'j . (L. Samol, Entrevistador)

Ríos, R. (2017). *Metodología para la Investigación y Redacción*. España: Servicios Académicos Intercontinentales.

Sampieri, R., Collado, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta Edición ed.). México: Mc Grall Hill.

Sergi Fábregues, J. M. (2016). *Técnicas de Investigación Social y Educativa*. UOC.

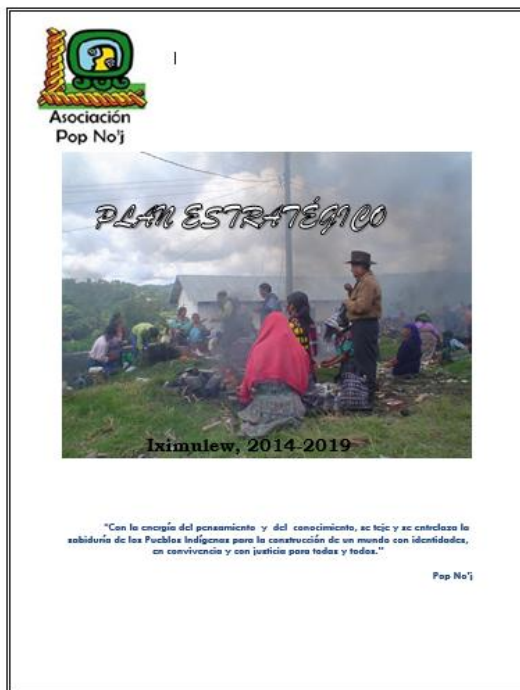
Velázquez, C. (1999). *Comunicación, semiología del mensaje oculto* (3ra edición ed.). Guatemala: Ediciones de la Posguerra.



Anexos



Anexo 1: Plan estratégico de Asociación Pop No'j



Fuente: Asociación Pop No'j

Anexo 2: Guía rápida de uso de imagen



Fuente: Asociación Pop No'j



Anexo 3: Significado del isologo de la Asociación Pop No'j

6. SIGNIFICADO

1. Es el tejido-petate y el Kan (energía de la justicia y del movimiento).
2. Tipografía San Serif.
3. Nahuatl No'j (conocimiento y sabiduría).

El concepto Pop No'j está expresado en idioma Maya K'iche; puede traducirse como "Tejiendo ideas, conocimiento y sabiduría".

**Asociación
Pop No'j**

Fuente: Asociación Pop No'j

Anexo 4: Fachada de oficina central de la Asociación Pop No'j



Fuente: Elaboración Propia



Anexo 5: Cumplimiento de medidas sanitarias para prevención del COVID-19



Fuente: Elaboración propia

Anexo 6: Interior oficinas de Asociación Pop No'j



Fuente: Elaboración propia



Anexo 7: Celebración de cumpleaños de una de las colaboradoras de la Asociación



Fuente: Elaboración propia

Anexo 8: Reunión con coordinadores en la sede de la Asociación Pop Noj



Fuente: Elaboración propia



Anexo 9: Reunión con Fredy Sitaví, comunicador de la Asociación Pop No'j



Fuente: Elaboración propia

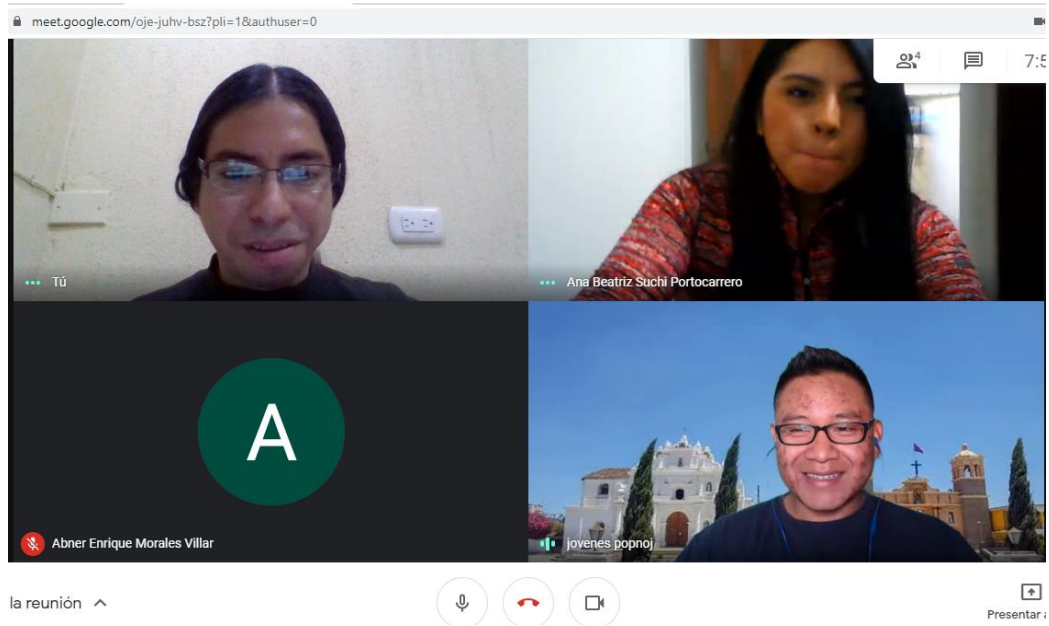
Anexo 10: Entrevista con Blanca Miculax, coordinadora de programa Mujeres



Fuente: Elaboración Propia

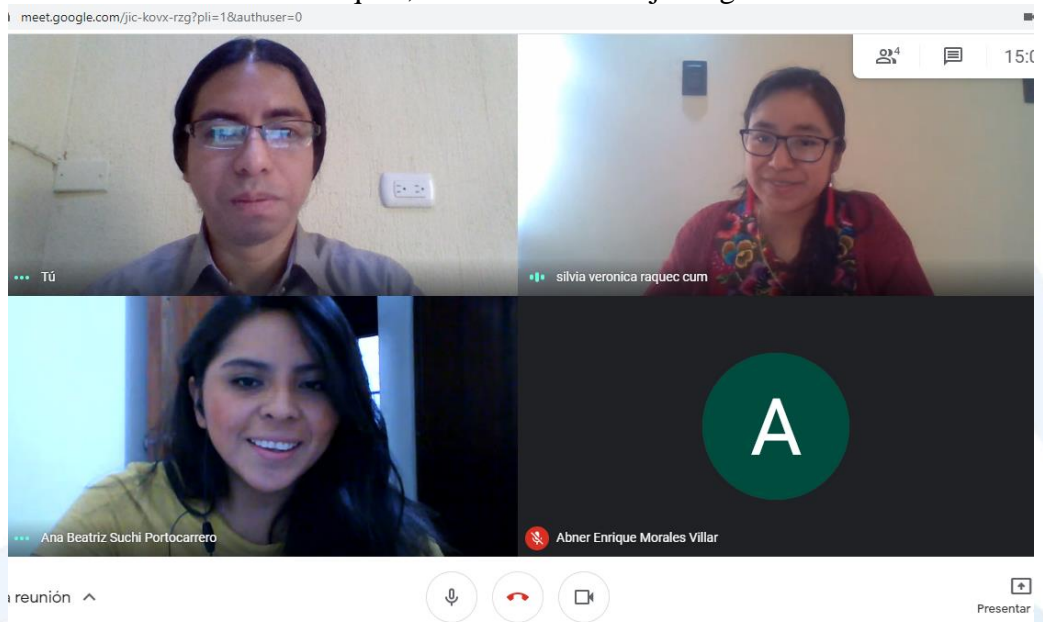


Anexo 11: Entrevista con William Cuxil, coordinador de programa Juventud



Fuente: Elaboración propia

Anexo 12: Entrevista con Silvia Raquec, coordinadora de eje Migración.



Fuente: Elaboración Propia

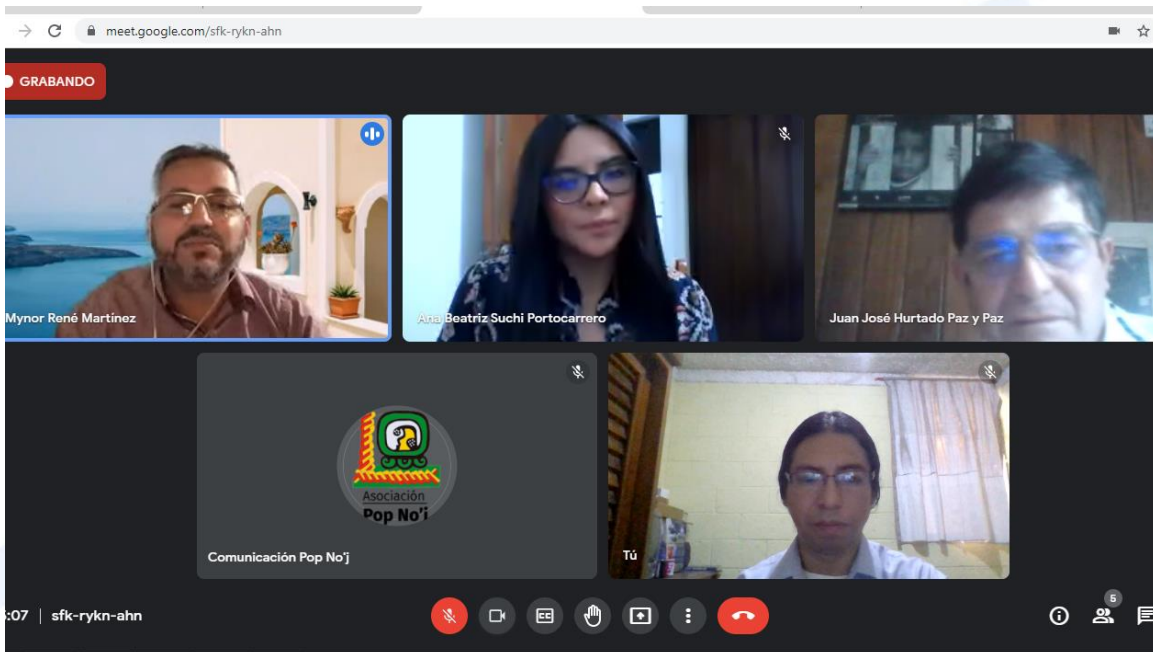


Anexo 13: Entrevista con Dr. Juan José Hurtado, director de Asociación Pop No'j



Fuente: Elaboración Propia

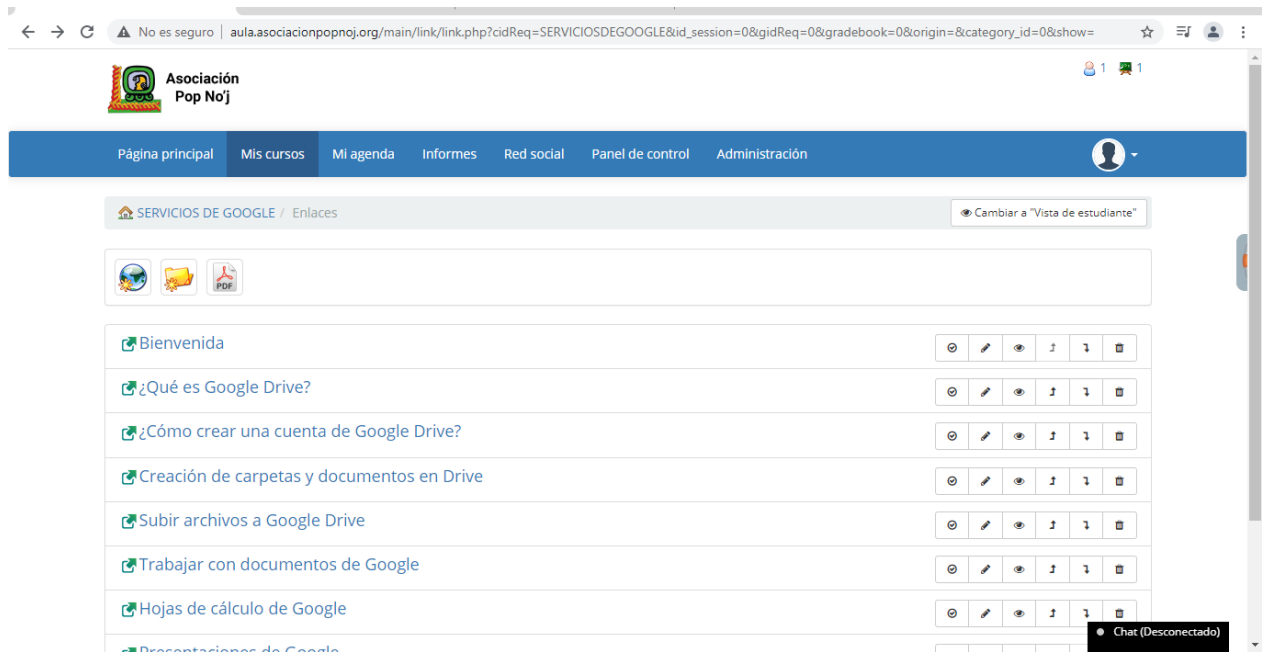
Anexo 14: Reunión con supervisor de EPS y director de Asociación para presentación de resultados del diagnóstico realizado.



Fuente: Elaboración propia

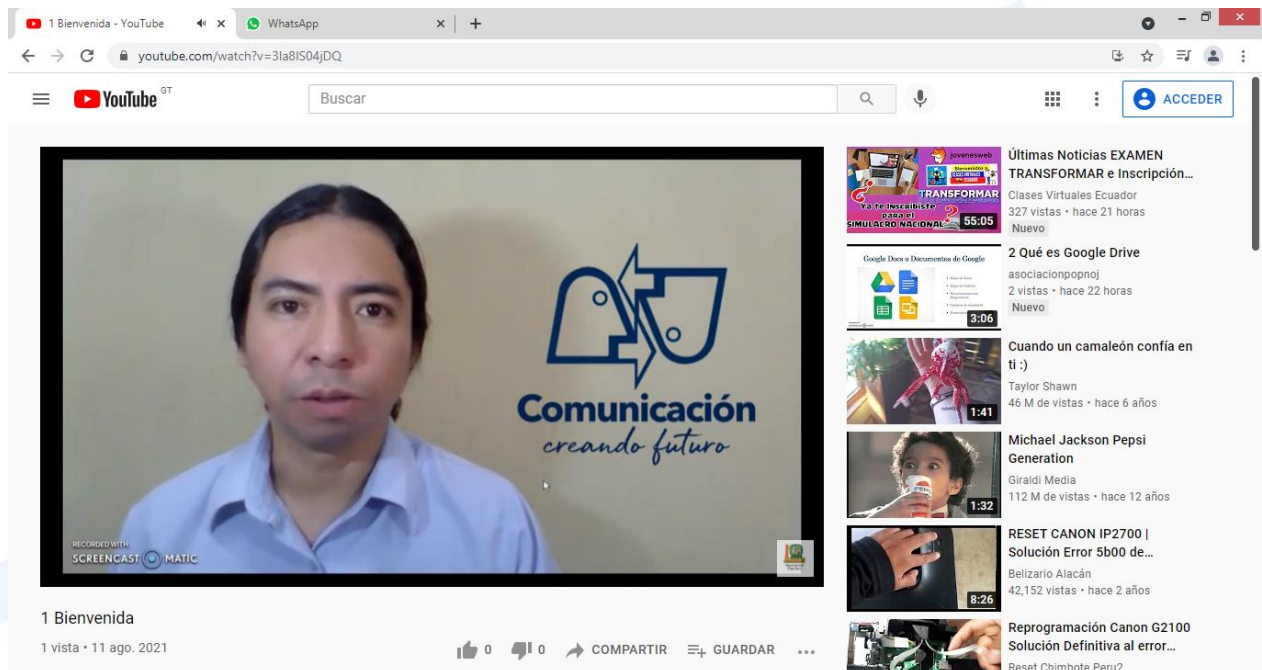


Anexo 15: Contenido del curso Google Drive en el aula virtual de la Asociación Pop No'j



Fuente: Elaboración Propia

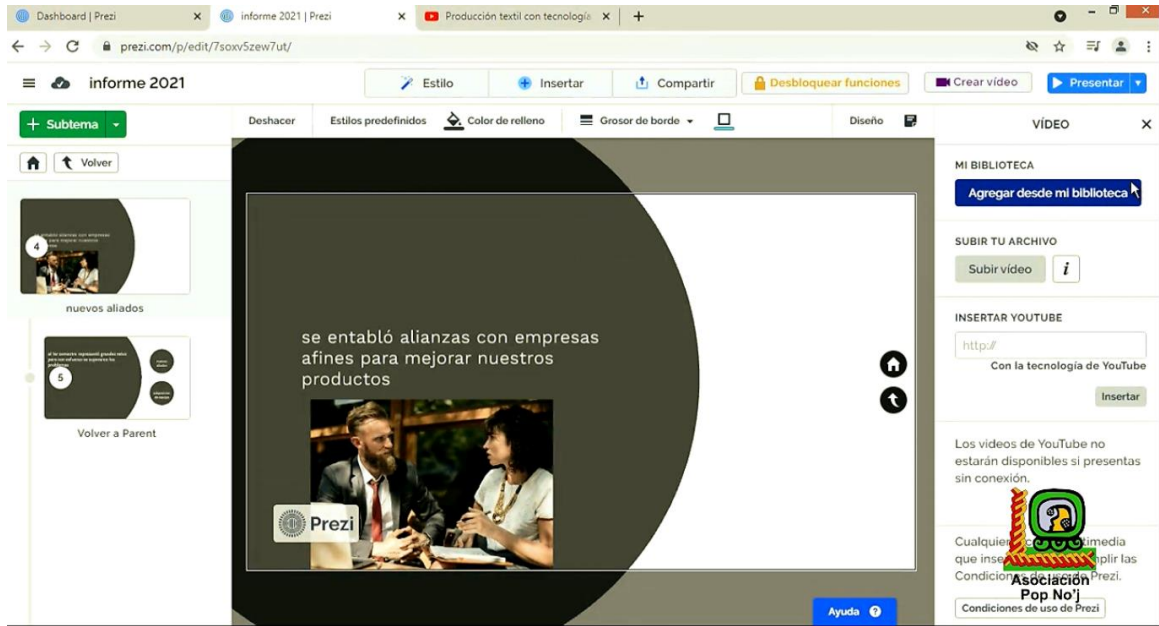
Anexo 16: Captura de pantalla de video tutorial curso Google Drive



Fuente: Elaboración propia

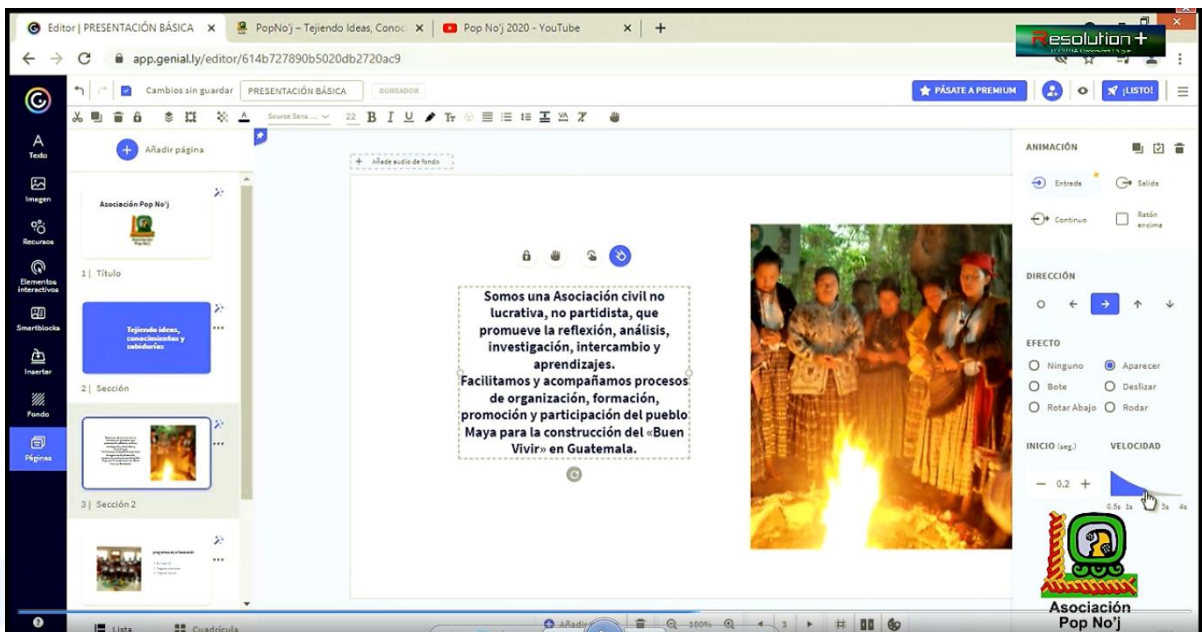


Anexo 17: Video tutorial herramientas digitales, ejemplo de presentación en Prezi



Fuente: Elaboración propia

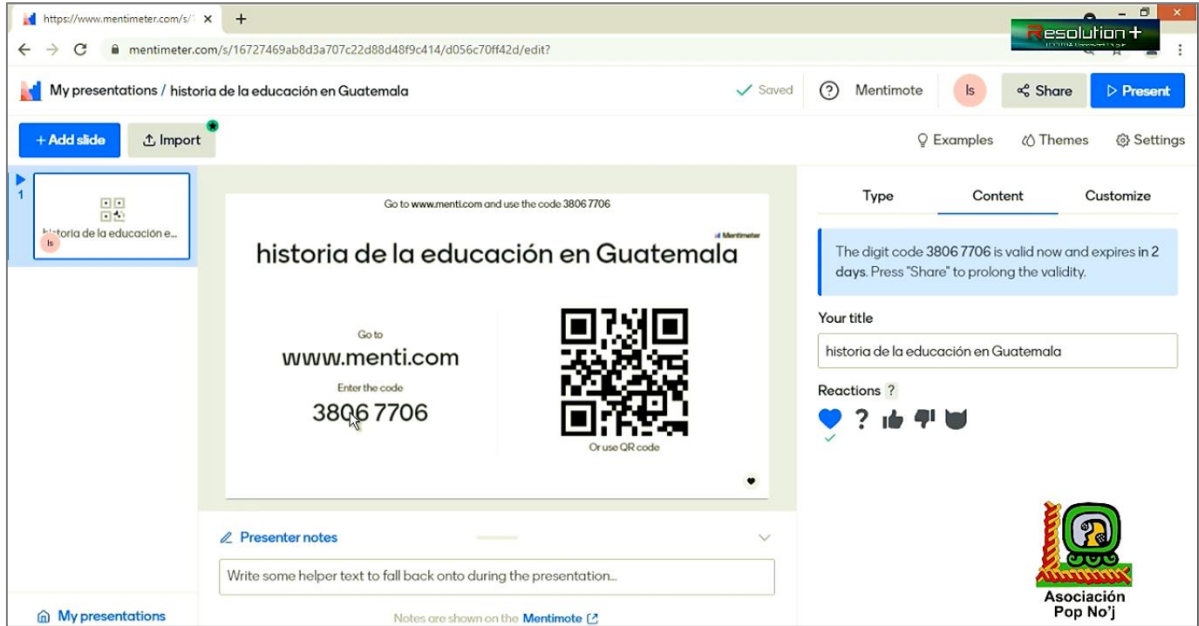
Anexo 18: Video tutorial herramientas digitales, ejemplo de presentación en Genially



Fuente: Elaboración propia



Anexo 19: Video tutorial herramientas digitales, ejemplo de presentación en *Mentimeter*



Fuente: Elaboración propia

Anexo 20: Video tutorial sobre *tips* para presentaciones efectivas



Fuente: Elaboración propia



Anexo 21: Propuesta sobre contenido del curso *Google Drive*

1. Bienvenida
2. ¿Qué es *Google Drive*?
3. Crear cuenta en *Google Drive*
4. Gestionar archivos en *Drive*
5. Subir archivos a *Drive*
6. Trabajar con Documentos de *Google*
7. Trabajar con Hojas de cálculo
8. Trabajar con presentaciones
9. Trabajar con *Jamboard*
10. Trabajar con *Google Forms*
11. Convertir archivos a otros formatos
12. Compartir archivos y documentos
13. Compartir y trabajar de forma sincrónica un documento
14. Trabajar documentos de *Google* sin conexión a internet
15. Búsqueda de archivos en *Drive*
16. Despedida



Anexo 22: Propuesta de contenido del curso sobre uso de herramientas digitales

1. Bienvenida al curso herramientas digitales
2. características de herramienta digital *Prezi*
3. ejemplo de presentación en *Prezi*
4. ejemplo de *Prezi video*
5. características de herramienta digital *Genially*
6. ejemplo de presentación en *Genially*
7. características de herramienta digital *Mentimeter*
8. ejemplo de presentación en *Mentimeter*
9. Despedida

Anexo 23: Propuesta de contenido de la capacitación sobre presentaciones efectivas

1. bienvenida
2. Organización de información para una presentación
3. conocer a los destinatarios de nuestro mensaje
4. uso adecuado de tipografía
5. uso de colores en presentación
6. uso imágenes en una presentación
7. uso de animaciones y transiciones en una presentación
8. consejos finales y despedida



Anexo 24: Modelo de Encuesta

1. ¿Cuál es su género?

Masculino

Femenino

2. ¿Cuál es su edad?

18 a 25 años

26 a 35 años

36 a 45 años

46 a 55 años

56 a 65 años

66 años o más

3. ¿Cuántos años tiene de laborar en la Asociación?

O a 5 años

6 a 10 años

11 a 15 años

4. ¿Cuál es su grado de escolaridad

Primaria

Básico

Diversificado

Universidad (semestre o título universitario)

5. ¿Conoce la historia de la Asociación Pop No'j?

Si

No

6. ¿Sabe usted a que se dedica la asociación Pop No'j?

Sí

No

7. ¿Conoce la misión de la Asociación Pop No'j?

Si

No

8. ¿Conoce la visión de la Asociación Pop No'j?

Si

No

9. ¿Conoce los objetivos de la Asociación Pop No'j?

Si

No

10. ¿Conoce los valores de Pop No'j?

Si

No

11. ¿Se identifica con la filosofía de la Asociación Pop No'j?

Si

No



12. ¿Conoce el significado del logotipo de la Asociación Pop No'j?

Si No

13. ¿Conoce cuáles son los programas o ejes de trabajo de la asociación Pop No'j?

Si No

14. ¿Conoce a los donantes que apoyan a la Asociación Pop No'j?

Si No Algunos

15. ¿Qué acciones le gustaría que se realizaran para mejorar el clima laboral de la Asociación?

16. ¿Le gustaría utilizar uniforme con los colores que identifican a la Asociación Pop No'j?

Si No

17. ¿Considera que la comunicación con sus compañeros de trabajo afecta el clima laboral?

Si No

18. De uno a cinco. ¿Cómo calificaría la comunicación con sus compañeros de trabajo? Cinco es lo máximo y uno es lo mínimo.

19. ¿Ha sido tomado en cuenta en las diferentes actividades que organiza la asociación Pop No'j?

Si No

20. ¿Cuáles son los medios que utilizan con más frecuencia para comunicarse dentro de la Asociación?

Correo electrónico Vía telefónica WhatsApp Zoom Google Meet

21. ¿Considera que los medios de comunicación utilizados son los adecuados para transmitir la información al personal de Pop No'j?

Si No

22. ¿Por cuál medio le gustaría recibir información de trabajo? Indique la razón

23. De uno a cinco ¿Cómo cree que es la comunicación entre jefes y colaboradores? Cinco es lo máximo y uno es lo mínimo.

24. De uno a cinco ¿Cómo considera la comunicación con su jefe inmediato? Cinco es lo máximo y uno es lo mínimo.

25. ¿Considera que se puede mejorar el proceso de comunicación interna?

Si No



26. ¿Conoce usted las actividades que realiza la persona encargada de la comunicación institucional?

Si No

27. Seleccione las redes sociales de la asociación Pop No'j que conoce

Facebook Twitter Instagram Youtube Issu correo electrónico Whatsapp

28. ¿Con qué frecuencia revisa las publicaciones de las redes sociales de la Asociación Pop No'j?

Diariamente Semanalmente

29. ¿Qué tipo de contenido se publica en las redes la Asociación Pop No'j

Informativo Educativo Social cultural Político Tecnológico

30. ¿Cuáles son las redes sociales de Pop No'j que usted sigue?

Facebook Twitter Instagram Youtube Issu Whatsapp

31. ¿Conoce la página web de la Asociación Pop No'j?

Si No

32. ¿Conoce el blog de la Asociación Pop No'j?

Si No

33. ¿Le interesaría participar en la realización del contenido para las redes sociales de Pop No'j?

Sí No

34. ¿Cuándo inició su relación con la Asociación Pop No'j, recibió algún tipo de inducción?

Sí No

35. ¿Cuál de estas herramientas digitales domina?

Zoom Classroom Google Meet Drive

36. ¿En qué herramientas tecnológicas considera que necesita capacitación?

Zoom Classroom Google Meet Drive Ninguno



Anexo 25: Preguntas para entrevista coordinadores Asociación Pop No'j

- 1 ¿Cuántos colaboradores y voluntarios participan en el programa que usted dirige?
- 2 ¿Cuáles son los medios que utiliza para comunicarse con su equipo de trabajo y con qué frecuencia lo realizan?
- 3 ¿Cree usted necesario el uso de herramientas digitales para comunicarse y capacitar al equipo de trabajo?
- 4 ¿Qué temas considera necesarios para capacitar a los colaboradores y voluntarios?
- 5 ¿Utilizan algún distintivo de la asociación en las diferentes actividades de campo o acompañamiento que realizan?
- 6 ¿Qué estrategia utilizan para realizar sus publicaciones o contenidos en las páginas (juventud, mujer, migración) de *Facebook*?
- 7 ¿Quién maneja y toma las decisiones de las publicaciones en Facebook (mujer, juventud o migración)?
- 8 ¿Cuentan con un cronograma de actividades de realimentación y capacitación dirigido a su personal a cargo?
- 9 ¿Cuáles son los medios de comunicación que los apoyan o han utilizado para divulgar las diferentes campañas que realiza la asociación Pop No'j en Huehuetenango?
- 10 ¿Qué nos puede comentar sobre la comunicación interna y externa de la asociación Pop No'j?



Anexo 26: Entrevistas



Entrevista realizada a Dr. Juan José Hurtado, director de Asociación Pop No'j, fecha de la entrevista 16 de abril de 2021.

Se le preguntó al doctor si para ellos era importante la identidad corporativa, puesto que el personal no utiliza uniformes o algún tipo de distintivo. A lo que él respondió que sí era importante la identidad corporativa pero no traducido en el uso de uniformes, sin embargo, cuentan con chalecos que son utilizados por varios colaboradores cuando han asistido a alguna reunión; también comentó que hay situaciones en donde ir identificados como Asociación les beneficia y le aporta seguridad, mientras que en otras lugares los hace propensos a sufrir asaltos. (Hurtado, 2021)

Respecto a la comunicación interna en tiempos de pandemia el doctor respondió que siempre ha existido, ahora han utilizado un chat de *WhatsApp* en donde está todo el personal de Pop No'j y allí se coloca información importante y se sugiere al personal que lo comparta con sus amigos.

También se le preguntó por qué no existe un departamento de comunicación, a lo que respondió que principalmente es por cuestión de presupuesto y de recursos económicos, por ese motivo en la actualidad solo existe una unidad de comunicación integrada por una sola persona.

Sobre las redes sociales, el Dr. Hurtado mencionó que existe la página de *Facebook* institucional pero que cada programa tiene su propia página de *Facebook*, el doctor relató que todo contenido que se pretenda publicar debe de ser revisado y aprobado previo a su publicación, además buscan que lo que se publica incida de forma positiva, no promoviendo el estereotipo de pobreza y marginación.



Entrevista con Silvia Raquec, Coordinadora del Eje Migración, fecha de la entrevista 22 de abril de 2021

Se le preguntó qué herramientas utiliza para comunicarse con el equipo que coordina a lo que ella respondió que desde antes del inicio de la pandemia ella hacía uso de computadora, de la herramienta *Zoom* el teléfono, correo electrónico y *Google Meet*. Actualmente lo que más utiliza es el correo electrónico y *WhatsApp* y si fuera algo urgente hacen uso del teléfono.

Se le preguntó si han realizado alguna capacitación al personal que tiene a su cargo a lo que ella respondió que por iniciativa de una compañera se realizaron pequeños talleres para conocer las herramientas tecnológicas pero que se desconoce de la totalidad de las funciones que ofrecen las herramientas, "se conoce lo básico" ella comenta que Fredy Sitaví, el comunicador de la Asociación le ha apoyado en la realización de pequeños talleres "pero nos hace falta muchísimo en cuanto a la tecnología" (Raquec, 2021).

Silvia también comentó que existen otras redes sociales como *Instagram* pero que ellos se han quedado estancados con *WhatsApp* y que les ocasiona problemas cuando deben utilizar otras aplicaciones como *Telegram* o *Signal* ya que ellos las desconocen. También señalaba que tienen la necesidad de implementar herramientas tecnológicas que dinamicen el trabajo en equipo y los alienten a participar, puesto que en la actualidad "la mayoría entran a las reuniones con la cámara apagada y no fluye la conversación".

La coordinadora del eje migración comenta que les ha tocado desarrollar talleres o compartir el trabajo que realiza la Asociación en conferencias y ve la necesidad de "conocer otro tipo de herramientas además del tradicional *PowerPoint* que permitan mantener la atención de las personas que están detrás de una computadora y que pueden distraerse con el teléfono, o cualquier otra situación a su alrededor".



Se le preguntó sobre la comunicación entre ella y su equipo y respondió que en general los colaboradores del programa migración si tienen bastante comunicación, sin embargo, ella considera que la alta carga laboral afecta la comunicación, puesto que el eje migración es el que tiene a su cargo más proyectos, a pesar de lo anterior han sabido apoyarse y trabajar en equipo. Uno de los factores que ella considera que incide en la comunicación es la mala señal y los cortes de energía eléctrica, ya que en ocasiones han estado incomunicados un día completo.

Se le preguntó su opinión sobre la comunicación en medio de la pandemia COVID-19 y mencionó que al principio se pensó que sería de beneficio pues al no ir a las oficinas disminuiría el trabajo sin embargo no fue así, el trabajo ha aumentado, las reuniones virtuales han incrementado hasta seis reuniones seguidas más las actividades propias del eje migración que realizan, esto afecta la comunicación debido a que todos están conectados pero cada quien "está en su mundo" contestando mensajes y respondiendo correos.

Sobre el tema de uso de uniformes, chalecos, gafetes, o algún distintivo que identifique a los colaboradores, la coordinadora indicó que utilizan gafete, sin embargo reconoce que el uso de un uniforme tiene aspectos positivos y negativos, dentro de los positivos esta la "visibilidad" que proporciona un chaleco con el nombre y logo de la Asociación y dentro de los negativos esta que los haría reconocibles ante los grupos criminales y de narcotráfico que operan en la región de Huehuetenango.

Sobre los medios de comunicación que utilizan para las campañas e información a la población de Huehuetenango indicó que se utilizan las redes sociales pero existe parte de la población que no tiene acceso a este medio o desconoce su uso por lo que optan por realizar *spots* radiales traducidos al idioma regional y son transmitidos en radios comunitarias y canales de cable de las localidades; además, se apoyan en los COCODES y COMUDES quienes comparte la información que reciben de la Asociación a la población.



Entrevista a Blanca Miculax coordinadora del programa mujeres Pop No'j, fecha de la entrevista viernes 23 abril 2021

Se le preguntó cómo consideraba la comunicación entre los colaboradores que se encuentran en el área de Huehuetenango a lo que Blanca Miculax dijo que se podría mejorar en algunos temas pero que existen ciertos aspectos que están fuera de su alcance, por ejemplo la señal de internet, ya que algunas promotoras viven en lugares donde la señal es pésima, por lo que cuando ellas están en una reunión virtual algunas de ellas se desconectan y conectan constantemente lo cual "hace que se pierda el hilo del tema que están tratando"; a pesar de lo anterior se ha cumplido con las tareas asignadas. (Miculax, 2021)

La coordinadora del programa mujeres indica que debido a la mala señal de internet y teléfono en ciertas partes de Huehuetenango, utilizan principalmente la aplicación *WhatsApp* para comunicarse con sus colaboradores y las mujeres participantes de sus proyectos pues les resulta más efectivo, incluso, esta aplicación les ha sido útil para mantener comunicación y seguimiento con mujeres que ya han egresado de los programas.

En relación al tema se le preguntó si la Asociación proporcionaba equipo de cómputo e internet a los colaboradores del programa mujeres a lo que ella respondió que la Asociación les ha provisto de computadoras a las colaboradoras, los teléfonos no son institucionales pero la Asociación les provee de una mensualidad para tener recargas para su teléfono, sin embargo en ocasiones este aporte no es suficiente pues deben realizar muchas llamadas o uso de internet.

Se pidió su opinión sobre la forma que se comunican actualmente debido al COVID-19 en comparación a como se hacía anteriormente y ella comentó que ha tenido desventajas ya que antes se hacía de manera presencial y de esta forma eran efectivas debido a que "el contacto físico genera confianza entre las participantes, promueve el contar experiencias vividas"; además, se trabaja con mujeres mayas mam y la mayoría no cuenta con el conocimiento y capacidades para el uso de tecnología y por lo tanto se han notado que algunas no se conectan a las reuniones.



Se ha tenido dificultades ahora que todo es virtual ya que la información y conocimiento que se transmitían en dos días ahora se ha acortado y se debe realizar en dos horas. Blanca indica que han buscado hacer que el proceso sea más dinámico pues las mujeres participantes no están acostumbradas a la tecnología y se ha notado deserción en la participación pues se les dificulta acceder a las reuniones, además muchos no cuentan con un teléfono adecuado para el uso de plataformas virtuales.

En lo positivo destaca el reto que conlleva conocer las plataformas virtuales ya que nunca se había trabajado en línea, sin embargo ahora se está haciendo, se ha adquirido capacidades y se les ha capacitado en plataformas digitales como *Zoom* pero de manera general y se ha ido aprendiendo sobre la marcha por lo cual ella considera "positivo ir adquiriendo ese conocimiento". Se le preguntó si consideraba que los colaboradores estarían dispuestos a capacitarse a lo que ella respondió que ella considera que "si estarían dispuestos a participar en alguna capacitación".

Se le preguntó cuáles medios utilizaban para promover campañas o actividades de la Asociación en Huehuetenango a lo que contestó que en general se utiliza *Facebook* pero también utilizan las radios comunitarias, algunas de estas radios solamente piden una donación para pautar y existen otras radios que son masivas las cuales si solicitan un pago, también promueven sus actividades a través de una empresa de cable de San Ildefonso Ixtahuacan la cual les permite pautar por un precio accesible.

Entrevista William Cuxíl coordinador del programa juventud Pop No'j, fecha de la entrevista 23 de abril 2021

Se le preguntó cada cuanto se reúne con sus colaboradores a lo que el coordinador indicó que se reúnen cada 15 días de forma virtual para realizar un monitoreo, para las reuniones utilizan las plataformas *Zoom*, *Meet*, llamadas telefónicas, habían estado trabajando con *Trello*, y estaban trabajando con *Microsoft Teams*, pero principalmente *Meet* les ha funcionado bien. (Cuxíl, 2021)



Sobre la comunicación entre los colaboradores en el contexto de la pandemia, indicó que existe "mucho ruido", muchos distractores, problemas técnicos, la señal falla, señaló que en muchas ocasiones se convierte en un proceso de información puesto que solamente una persona está participando y no hay una retroalimentación; mencionó que a veces siente que se está hablando solo pues no se ve a nadie debido a que mantienen sus cámaras apagadas, y nadie opina.

En relación con las reuniones virtuales, se le preguntó si considera que el personal de la Asociación necesita ser capacitados para tener un mejor dominio de las herramientas digitales para comunicarse y respondió que si era muy importante, puesto que muchos "desconocen cómo utilizar las funciones de las aplicaciones" como por ejemplo como encender o apagar su micrófono, como configurarlo, especialmente cuando se desconfigura el dispositivo que utilizan.

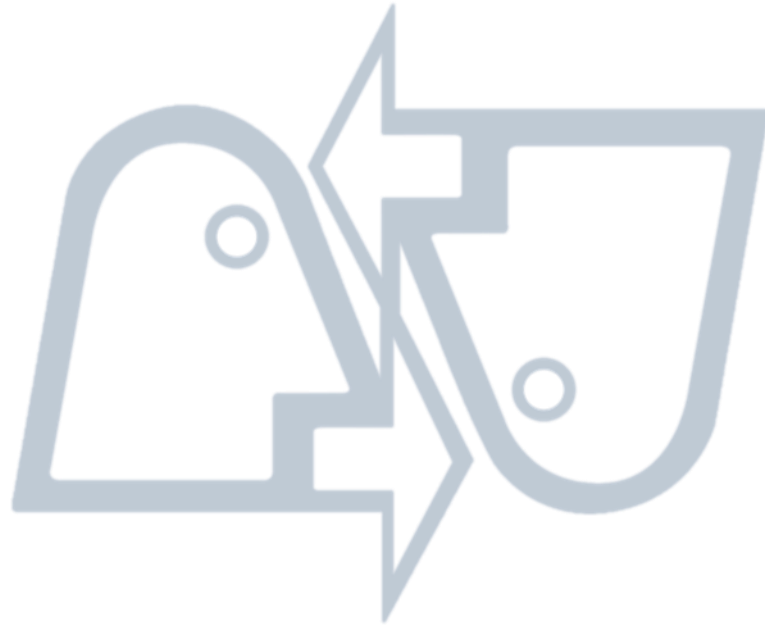
También señaló que el conocimiento de estas herramientas también "debe de ir de la mano de la capacitación de otras como *Wetransfer* y *Drive* las cuales permiten optimizar y compartir información, documentos en tiempo real o bien utilizar las herramientas de *Google* como *Google Docs* que puede facilitar el trabajo a la hora de una reunión pero que muchos no saben cómo se utilizan" por lo que sería interesante tener una capacitación que aborde esos temas ya que facilitaría el trabajo e interacción.

Respecto al manejo de la página de *Facebook* de Pop No'j oficial y la del programa juventud William comenta que en los últimos años ha habido un posicionamiento del trabajo de la Asociación esto como resultado del manejo adecuado de las publicaciones en las páginas de *Facebook*, aunque resalta que no existe una estrategia para definir qué actividades publicar o compartir; además reconoce que no comparte tan frecuentemente la información de las actividades del programa juventud con la unidad de comunicación quien se encarga de la realización de publicaciones en las redes sociales.

Sobre los medios que utilizan para informar de sus actividades mencionó que se utilizan redes sociales, radios comunitarias y canales de cable; los participantes de los programas difunden la



información en sus redes sociales. Para la realización de las campañas se apoyan en los locutores de los medios locales y los jóvenes participantes del programa juventud, quienes han sido capacitados para grabar videos, y editarlos, por último, el comunicador de la Asociación es quien revisa el material, lo edita si es necesario y finalmente se publica en las redes sociales.



Comunicación
creando futuro