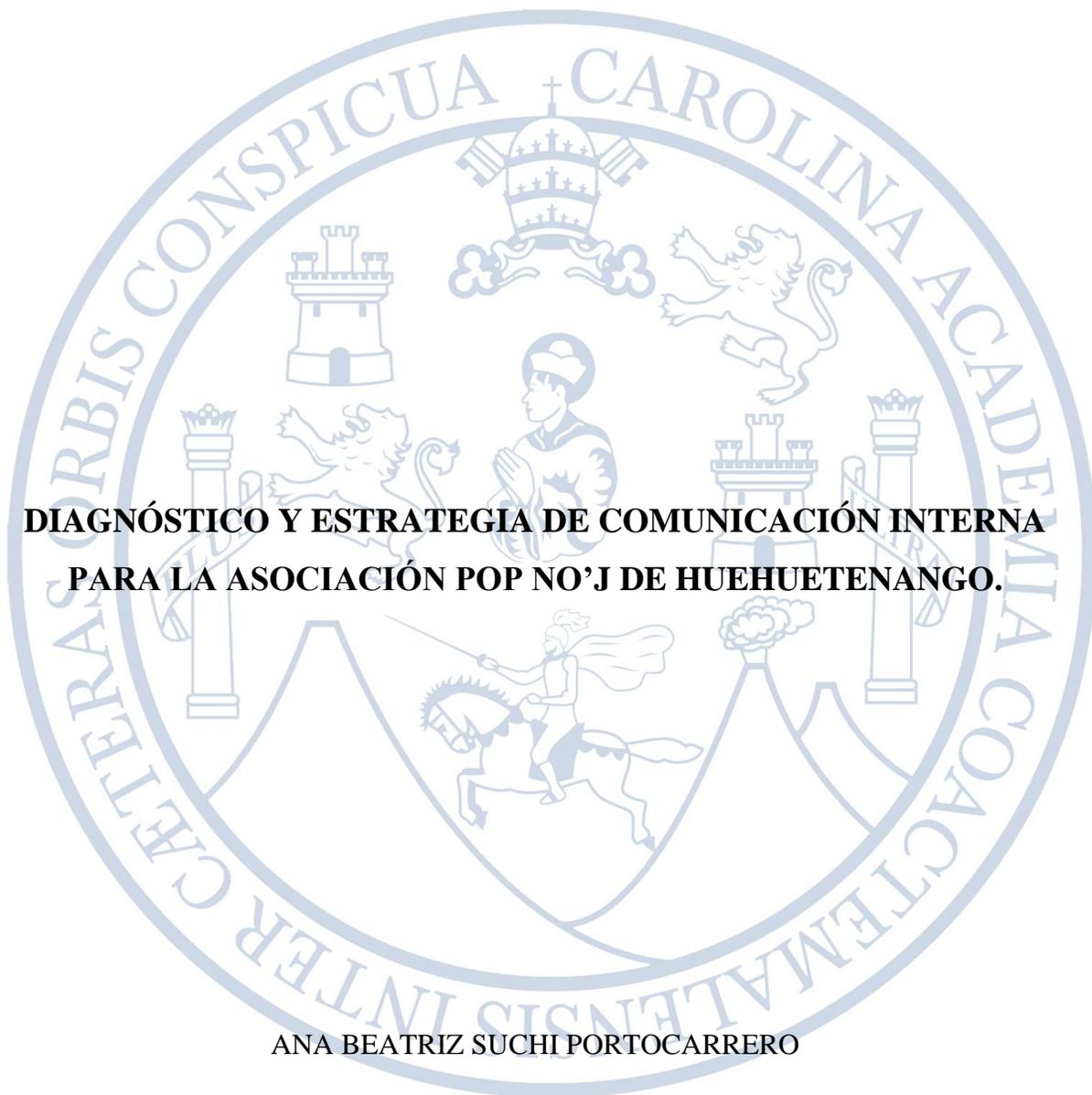


UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO



**DIAGNÓSTICO Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA
PARA LA ASOCIACIÓN POP NO'J DE HUEHUETENANGO.**

ANA BEATRIZ SUCHI PORTOCARRERO

LICENCIADA 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 la Asociación Pop
No'j de Huehuetenango.**

Presentado por:

Ana Beatriz Suchi Portocarrero

Previo a optar por el título de:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Asesor:

Lic. Luis Fernando Lucero

Guatemala, octubre de 2021.

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Director

Lic. César Augusto Paiz Fernández

Consejo Directivo

Representantes Docentes

M.A. Silvia Regina Miranda López

Representantes Estudiantiles

José Guillermo Herrera López

Gerardo Iván Porres Bonilla

Representante de Egresados

M.Sc. Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes

Secretario

M.A. Héctor Arnoldo Salvatierra

Comisión de EPS de Licenciatura

Coordinador

Dr. José María Torres Carrera

Supervisoras

M.A. Evelin Morazán Gaitán

M.A. Evelin Hernández

Lcda. Krista María Ramírez

Lcda. Brenda Yanira Chacón Arévalo

Supervisores

M.A. Marvin Sarmientos Yuman

Lic. Luis Fernando Lucero

Lic. Mynor René Martínez

Lic. Julio Sebastián Chilin



Guatemala, octubre 15 de 2021

Estudiante de EPS de Licenciatura
Ana Beatriz Suchi Portocarrero
Carné: 201216832
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 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. Evelyn Morazán
Supervisora

Dr. José María Torres Carreras
Coordinador





17/3/2021

Ana Beatriz Suchi Portocarrero.jpg



Guatemala 8 de marzo de 2021
EPSL-C0161

Doctor:
Juan José Hurtado Paz y Paz
Director
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, a la estudiante **Ana Beatriz Suchi Portocarrero**, carné no. **201216832** quién manifestó su deseo de hacer Práctica Supervisada en su institución, para el efecto se requiere lo siguiente:

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

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAR A TODOS"



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:

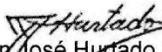
Por este medio me dirijo a usted, para hacer de su conocimiento que hemos aceptado a la estudiante **Ana Beatriz Suchi Portocarrero**, con número de carné **201216832** de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, para que realice el Ejercicio Profesional 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 la 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,



Asociación
POP NO'J


Dr. Juan José Hurtado Paz y Paz
Director



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



DEDICATORIA A:

Dios:

Mi padre, mejor amigo y respaldo. Por darme la vida y todo lo que necesité para culminar este ciclo académico con gracia y favor. (Juan 15:5)

Mi abuela:

Julita, por acompañar y velar de mi bienestar en mi niñez. A quién extraño, amo y que permanece en mi corazón.

Mi madre:

Bertita, mi amiga, mi ejemplo y mi pilar. Sus enseñanzas y principios me alentaron para alcanzar esta meta, sé que lo mejor está por venir. ¡Te amo mucho!

Mi hermana y cuñado:

Paty y Daniel, por ser un ejemplo de dedicación y responsabilidad. Me brindaron su apoyo y palabras de ánimo con cariño durante este tiempo.

Mis sobrinos:

Danielito, Santi y Josecito, quienes llenan de amor y alegría mi corazón, me motivan a continuar para cumplir con mis objetivos.

Familia Pirir Portocarrero:

Quienes me brindaron su atención y cuidado cuando más lo requerí, son parte especial de este camino.

Mis amigos y compañeros de la universidad:

Todos aquellos que fueron parte de esta fase en mi vida, su aporte fue fundamental para terminar esta etapa, enseñándome a través de su experiencia y conocimiento.



AGRADECIMIENTO A:

La Universidad de San Carlos de Guatemala:

Mi casa de estudios, en donde crecí como estudiante, persona y profesional.

La Escuela de Ciencias de la Comunicación:

Por brindarme los conocimientos, técnicas y herramientas académicas.

Los coordinadores del Ejercicio Práctico Supervisado de Licenciatura:

Dr. José María Torres Carrera y M.A. Evelin Morazán Gaitán, por su trabajo y esfuerzo continuo durante este período universitario.

Mis asesores:

Especialmente a Lic. Mynor Martínez y Lic. Luis Fernando Lucero, por el conocimiento brindado, palabras de ánimo y atención para elaborar el informe con excelencia.

La Asociación Pop No'j:

Dr. Juan José Hurtado, Fredy Sitaví y equipo de trabajo en la sede central y en el departamento de Huehuetenango, por el apoyo que me brindaron, colaboración desde el inicio en la investigación y concluir con la ejecución del proyecto de forma exitosa.



Índice

Índice de tablas	i
Índice de figuras	iii
Introducción.....	iv
Antecedentes.....	v
Justificación	vi
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.....	3
1.5 Origen e historia.....	4
1.6 Departamentos o dependencias de la institución	4
1.7 Organigrama de la empresa	5
1.8 Misión	5
1.9 Visión.....	5
1.10 Objetivos institucionales.....	6
1.11 Público objetivo	6
1.12 Diagnóstico	6
1.13 Objetivo general.....	7
1.13.1 Objetivos específicos	7
1.14 Tipos de investigación	7
1.15 Enfoque.....	8



1.15.1 Tipos de enfoque.....	9
1.16 Técnicas de recolección de datos:.....	10
1.16.1 Observación	10
1.16.1.1 Tipos de Observación	10
1.16.1.2 Observación en la Asociación Pop No'j	11
1.16.2 Documentación	16
1.16.3 Entrevistas de profundidad	17
1.16.4 Grupos focales:	21
1.16.5 Encuestas	21
1.17 Interpretación de resultados	23
1.18 FODA.....	40
1.19 Problemas detectados.....	43
1.20 Planteamiento del problema comunicacional	45
1.21 Indicadores de éxito	45
1.22 Proyecto a desarrollar	46
Capítulo 2	47
Plan estratégico de comunicación	47
2.1. Plan de comunicación	47
2.2. Misión	49
2.3. Visión.....	50
2.4. Elementos comunicacionales.....	50
2.4.1. Comunicación	50
2.4.2. Comunicación interna.....	51



2.4.3. Cultura organizacional	52
2.4.4. Estrategia de comunicación	54
2.5. Alcances y límites de la estrategia:	56
2.6. Metodología para la aplicación de la estrategia comunicacional.....	57
2.6.1. Objetivo general y específico.....	59
2.6.2. Acciones para conseguir los objetivos.....	59
2.6.3 Los indicadores para medir su cumplimiento	60
2.6.4. Los instrumentos	62
2.6.5. Actividades para la operatividad de la estrategia.....	63
2.7. Financiamiento.....	65
2.8. Presupuesto:	66
2.9. Beneficiarios	67
2.10. Recursos Humanos:	68
2.11. Áreas Geográficas de Acción:	69
2.12. Cuadro comparativo de la Estrategia:	69
2.13 Cronograma del plan de comunicación.....	71
Capítulo 3	72
Ejecución de la estrategia	72
3. Informe de la ejecución.....	72
3.1 Ejecución 1 Actividad de convivencia.....	72
3.2 Ejecución 2 Talleres virtuales.....	74
3.3 Ejecución 3 Reunión virtual pausas activas.....	76
3.4 Ejecución 4 Plantilla institucional	78



3.5 Ejecución 5 Piezas gráficas de comunicación institucional.....	79
3.6 Actividades y calendarización	80
Conclusiones.....	83
Recomendaciones	84
Referencias	85
E-grafías.....	88
Anexos	89



Índice de tablas

Tabla 1 Donantes.....	03
Tabla 2 Equipo unidad de comunicación	14
Tabla 3 Pregunta 1 Género	23
Tabla 4 Pregunta 2 Edad	24
Tabla 5 Pregunta 3 Años de laborar en la institución	25
Tabla 6 Pregunta 4 Grado de escolaridad	26
Tabla 7 Pregunta 5 ¿Conoce la historia de la Asociación Pop No'j?	27
Tabla 8 Pregunta 6 ¿Conoce la misión de la Asociación Pop No'j?	28
Tabla 9 Pregunta 7 ¿Conoce la visión de la Asociación Pop No'j?	29
Tabla 10 Pregunta 8 ¿Conoce los objetivos de la Asociación Pop No'j?	30
Tabla 11 Pregunta 9 ¿Conoce los valores de Pop No'j?	31
Tabla 12 Pregunta 10 ¿Se identifica con la filosofía de la Asociación Pop No'j?	32
Tabla 13 Pregunta 11 ¿Conoce el significado del logotipo de la Asociación Pop No'j?	33
Tabla 14 Pregunta 12 ¿Considera que la comunicación con sus compañeros de trabajo afecta el clima laboral?	34
Tabla 15 Pregunta 13 ¿Cómo calificaría la comunicación con sus compañeros de trabajo?	35
Tabla 16 Pregunta 14 ¿Cómo cree que es la comunicación entre jefes y colaboradores?	36
Tabla 17 Pregunta 15 ¿Considera que se puede mejorar el proceso de comunicación interna?	37
Tabla 18 FODA.....	42
Tabla 19 Alcances y límites de la estrategia.....	56
Tabla 20 Los instrumentos.....	62
Tabla 21 Actividad de convivencia.....	63
Tabla 22 Talleres virtuales.....	63
Tabla 23 Reunión virtual pausas activas	64
Tabla 24 Plantilla institucional para presentaciones	64
Tabla 25 Piezas gráficas de comunicación institucional.....	65



Tabla 26 Presupuesto	66
Tabla 27 Recursos Humanos.....	68
Tabla 28 Cuadro comparativo de la estrategia.....	69 -70
Tabla 29 Actividades para la operatividad de la estrategia	71
Tabla 30 Actividades para la operatividad de la estrategia	71
Tabla 31 Ejecución de la estrategia 1 Actividad de convivencia.....	72-73
Tabla 32 Ejecución de la estrategia 2 Talleres virtuales.....	74-75
Tabla 33 Ejecución de la estrategia 3 Reunión virtual pausas activas	76-77
Tabla 34 Ejecución de la estrategia 4 Plantilla institucional para presentaciones.....	78
Tabla 35 Ejecución de la estrategia 5 Piezas gráficas comunicación institucional.....	79
Tabla 36 Actividades y calendarización enero, febrero, marzo y abril.....	80
Tabla 37 Actividades y calendarización mayo, junio, julio y agosto	81
Tabla 38 Actividades y calendarización septiembre, octubre, noviembre y diciembre.....	82



Índice de figuras

Figura 1 Organigrama Asociación Pop No'j.....	05
Figura 2 Logotipo Asociación Pop No'j.....	15
Figura 3 Pregunta 1 Género.....	23
Figura 4 Pregunta 2 Edad	24
Figura 5 Pregunta 3 Años de laborar en la institución	25
Figura 6 Pregunta 4 Grado de escolaridad	26
Figura 7 Pregunta 5 ¿Conoce la historia de la Asociación Pop No'j?	27
Figura 8 Pregunta 6 ¿Conoce la misión de la Asociación Pop No'j?	28
Figura 9 Pregunta 7 ¿Conoce la visión de la Asociación Pop No'j?	29
Figura 10 Pregunta 8 ¿Conoce los objetivos de la Asociación Pop No'j?	30
Figura 11 Pregunta 9 ¿Conoce los valores de Pop No'j?	31
Figura 12 Pregunta 10 ¿Se identifica con la filosofía de la Asociación Pop No'j?	32
Figura 13 Pregunta 11 ¿Conoce el significado del logotipo de la Asociación Pop No'j?	33
Figura 14 Pregunta 12 ¿Considera que la comunicación con sus compañeros de trabajo afecta el clima laboral?	34
Figura 15 Pregunta 13 ¿Cómo calificaría la comunicación con sus compañeros de trabajo?	35
Figura 16 Pregunta 14 ¿Cómo cree que es la comunicación entre jefes y colaboradores?	36
Figura 17 Pregunta 15 ¿Considera que se puede mejorar el proceso de comunicación interna?	37
Figura 18 Pregunta 16 ¿Qué acciones le gustaría que realizaran para mejorar el clima laboral de la asociación?	38-39
Figura 19 Ingeniería del concepto: plan estratégico de comunicación.....	47
Figura 20 El iceberg de la cultura organizacional	53



Introducción

El diagnóstico y estrategia de comunicación interna se desarrolló en la Asociación Pop No'j, institución que hace una labor de acompañamiento en diferentes temas que, en la sociedad guatemalteca, se consideran sensibles: migración, juventud y mujeres. El apoyo lo brinda en dos regiones en el departamento de Huehuetenango, surge por la necesidad económica y social en dicho departamento por lo que diversas asociaciones procuran abarcar las necesidades.

Por la situación de COVID-19, las acciones fueron a través de llamadas por plataformas virtuales como *Zoom*, *Google Meet* y conversaciones vía *WhatsApp*, con el objetivo de hacer una investigación detallada pero con el cuidado respectivo por la pandemia, las medidas de seguridad se siguieron en caso de asistir a las oficinas o hacer trabajo de campo, los colaboradores de Pop No'j asisten de forma alterna para evitar contagios.

La evaluación de la asociación inicia con una etapa de observación en la que se tuvo la oportunidad de establecer parámetros en diversas áreas en oficinas centrales, dado a que los coordinadores y técnicos de cambio no residen en la ciudad, se pudo revisar información externa como la página *web*, el *blog*, redes sociales, *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, entre otras, y la comunicación que se realiza desde allí, publicaciones y comunicados.

En la comunicación interna e identidad corporativa la asociación tiene criterios, es decir, por la filosofía y naturaleza de la ONG se procura el trato de una manera equitativa, sin títulos como bien indica Juan José Hurtado, director de la Asociación que los títulos como doctor, licenciado o licenciada, se considera como una barrera al momento de entablar una conversación y no tener la misma armonía que llamarlo por su nombre.

Se utilizaron técnicas y herramientas de investigación con la información obtenida con los coordinadores, encargado de comunicación y el director de la institución. Con esto se realiza el plan estratégico de comunicación en el que se desarrollan diversas actividades y se plantea la propuesta para la asociación.



Antecedentes

La Asociación Pop No'j, es una asociación civil, no lucrativa, ubicada en el municipio y departamento de Guatemala, que promueve la filosofía del 'Buen Vivir' bajo la perspectiva de la Cosmovisión Maya. Su labor es social y comunitaria, no cuenta con un departamento de comunicación que se encargue de la divulgación y comunicación externa, sino es una persona quién tiene a cargo la consultoría de la comunicación institucional.

Fredy Sitaví, encargado de la comunicación institucional, en 2017 elaboró un diagnóstico de comunicación sin fines de investigación, para tener un panorama general de los procesos de comunicación interna y clima laboral de la Asociación Pop No'j, que sirviera de base para realizar cambios en esos procesos. Este diagnóstico arrojó resultados que manifestaban un problema de comunicación interna y clima laboral débil.

El doctor Juan José Hurtado, director de la Asociación Pop No'j, comentó que hace algunos años por medio de un donante aliado, se hizo un diagnóstico institucional elaborado por una consultoría externa, de todas las áreas que incluye la de comunicación. Por lo que en el plan tuvo diversas propuestas.

Entre las responsabilidades del cargo, Sitaví escribió un informe de los alcances obtenidos durante noviembre de 2020, de las diferentes redes sociales de la Asociación Pop No'j, en el cual se refleja el incremento de seguidores de estas, *Facebook* (con un 87%) es la red de mayor interés para el público externo en la búsqueda de información de las actividades que comparte la asociación.

Debido a la naturaleza de la asociación se considera que el estudio es de aporte, el trabajar con jóvenes es una de las razones por las que se realiza informe, siendo de ayuda en todas las áreas, el presente trabajo queda como constancia y fuente de consulta con fines de estudio sobre el diagnóstico de la comunicación interna en Pop No'j.



Justificación

Este documento es del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura (EPSL) de la Escuela de Ciencias de la Comunicación (ECC), como primera fase se desarrolla el diagnóstico con bases científicas de autores de comunicación, psicología, literatura de ciencias de la investigación que conlleva una serie de fases con el fin de que se evalúe la situación actual de la comunicación interna y externa de la Asociación Pop No'j.

Si la comunicación interna se fortalece y hace unión con otros puntos no cabe duda que la atmósfera de la asociación se encontrará beneficiada, pues cada quien tiene actividades a cargo; la comunicación organizacional forma parte de las empresas que además el departamento de Recursos Humanos involucra al área de comunicación para hacer diversas actividades y ejecutar planes para mejorarlo o activarlo.

La asociación al no contar con un plan de comunicación se ve en la necesidad de centrar las actividades de comunicación en una persona que desempeña las funciones de redactor, editor, diseñador y ejecutor de planes en las campañas por lo que la estrategia que se brinda dará el aporte a la cultura organizacional por medio de la comunicación interna. Basándose en una metodología donde los colaboradores y promotores interactúan, con el fin que estrechen lazos y se alcancen favorablemente los objetivos de la asociación.

El plan queda estructurado de forma integral en la que se hicieron diversas actividades, se toma en cuenta disciplinas como la cultura organizacional, clima laboral y comunicación interna. El aporte académico que se hace a la asociación es para que continúen con la programación, y la universidad brinde fuentes y apoyo a los estudiantes de comunicación, así como la población en general.



Capítulo 1

Diagnóstico de comunicación

1. La Institución

Asociación Pop No'j.

1.2 Perfil institucional

Es una Asociación civil no lucrativa, no partidista, que promueve la reflexión, análisis, investigación, así como el intercambio y aprendizajes, comprometida con el acompañamiento en los programas y ejes los cuales se desarrollan en el departamento de Huehuetenango específicamente en las regiones Maya Mam y Huista (Asociación Pop No'j , s.f.).

La Cosmovisión Maya forma parte de la filosofía de la Asociación, los temas como el racismo, discriminación, madre naturaleza, la participación y la defensa de los derechos por los pueblos indígenas, mujeres, niñez, adolescencia y juventud, el liderazgo comunitario lo fomentan en los programas que actualmente trabajan, se considera la defensa de tierras y de los territorios que les pertenece.

Facilitan y brindan el acompañamiento en los procesos de organización, formación, promoción y participación del pueblo Maya para la construcción del 'Buen Vivir' en Guatemala. (Asociación Pop No'j , s.f.).

Migración:

En este programa se da el acompañamiento en el retorno y la reintegración integral de los niños, niñas y adolescentes que son deportados de México y Estados Unidos. Realiza diversos esfuerzos para informar sobre sus derechos y como protegerlos a migrantes y posibles migrantes, familias y personas de la región.



Mujeres:

Se realiza la contribución al empoderamiento en el área político, social, económico y cultural con las mujeres mayas. Las capacitaciones en los temas para la prevención de violencia de género, el abuso sexual y situaciones migratorias.

Juventudes:

Se contribuye con la formación de diversas áreas, la formación para potenciar las habilidades y destrezas de jóvenes líderes. Se brindan capacitaciones y acompañamiento con el objetivo de construir un buen vivir.

1.3 Ubicación geográfica

La Asociación Pop No'j tiene sus oficinas centrales en la Ciudad de Guatemala, ubicada en 3a Avenida 0-80, Colonia Bran, zona 3. En donde se realizan diferentes actividades administrativas por el departamento de administración, dirección y sus coordinaciones para el desarrollo y ejecución de los programas.

En el Departamento de Huehuetenango está situado en la región VII o en la región Nor-occidental de Guatemala, atravesando la sierra de los Cuchumatanes, la cabecera departamental de Huehuetenango y limita al Norte y Oeste con La República de México; al Sur con los departamentos de San Marcos, Quetzaltenango y Totonicapán; al Este con el departamento de El Quiché.

Huehuetenango es el tercer departamento con la mayor población en el país, se da cobertura específicamente en la región Huista que se compone de los municipios: San Antonio Huista, Santa Ana Huista, Jacaltenango, Concepción Huista, Petatán y Unión Cantinil.



En la época prehispánica se le conocía como Xinabajul su significado es ‘entre barrancos’ y su ciudad era Zaculeu que significa ‘Lugar de Arena Blancas’, capital del señorío de los Mames. Huehuetenango fue y seguirá siendo la región principal del pueblo Mam. En esta época el señorío Mam comprendía lo que en la actualidad son los departamentos de Huehuetenango, Totonicapán, Quetzaltenango, San Marcos y la provincia de Soconusco, ahora territorio mexicano (López, 2009).

Los municipios que tiene la región Huista constituyen una unidad territorial, cultural y lingüística en la cual sus habitantes comparten elementos históricos, geográficos, políticos, económicos, sociales, culturales y ambientales. “Los Huistas son pueblos multiétnicos, multilingües y pluriculturales, ricos en tradiciones antiguas y costumbre, que han sido modificadas a través de los años” (López H., 2009, pág. 13)

1.4 Integración y alianzas estratégicas

Las alianzas y donaciones que se reciben en asociación Pop No’j en su mayoría radica fuera del país, por diversos criterios no se ha percibido apoyo a nivel nacional.

Organizaciones con las que mantiene una alianza actual:

Tabla 1

Donantes
Vhs DVV Internacional
FCAM Fondo Centroamericano de Mujeres
GFC
HIP Hispanics in Philanthropy (The power of giving and Connecting)
ICCO Cooperation
Kinds Kids Need Of Defense
NISGUA Network in Solidarity with the people of Guatemala
UUSC Unitarian Universalist Service Committee

Fuente: Asociación Pop No’j



Ha participado en el sistema de consejos de desarrollo a nivel local, departamental y con organizaciones de movimientos afines a los proyectos que realizan, mujeres, juventud y migración entre ellos el Ministerio de Economía, Salud Pública y Asistencia, Ministerio de Educación en centros académicos y de investigación.

1.5 Origen e historia

La Asociación Pop No'j es una Organización no Gubernamental ONG, previo a esto era un programa de formación de Liderazgo Indígena de una organización internacional, pero en 2005 se retiró y se decidió formar una institución para dar el seguimiento a planes y proyectos. Por lo que se reunió a personas que tenían relaciones con los de pueblos indígenas, conocimientos en temas a fines a lo que se trabajaba, lo que permitió realizar el primer plan para la asociación Pop No'j.

Pop No'j desarrolla sus acciones de acuerdo con el marco jurídico y político vigente en Guatemala y en los instrumentos jurídicos y políticos internacionales ratificados por el Estado de Guatemala que reconocen, respaldan y protegen los Derechos Humanos, con énfasis en los derechos de los Pueblos Indígenas, de las Mujeres y de la Niñez, Adolescencia y Juventud (Asociación Pop No'j, 2014, pág. 6).

1.6 Departamentos o dependencias de la institución

La Asociación Pop No'j cuenta con los siguientes departamentos:

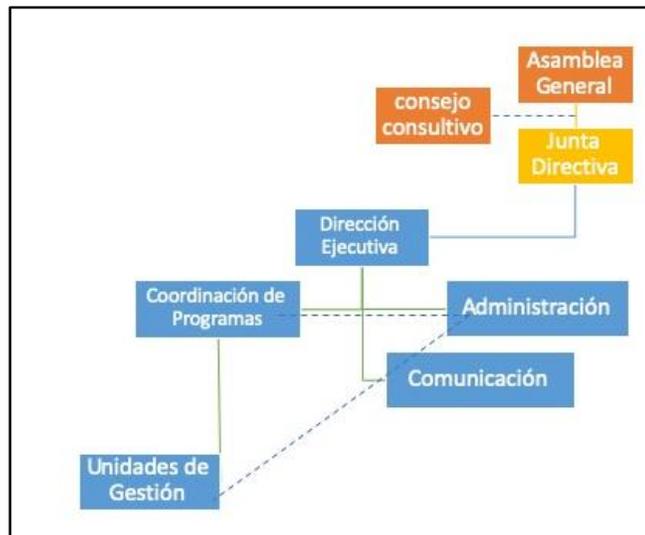
- a) Asamblea General: Autoridad máxima en la asociación.
- b) Consejo Consultivo: Da seguimiento a los planes.
- c) Junta directiva: Coordina y vela por el cumplimiento de la asamblea y consejo.
- d) Dirección ejecutiva: Tiene a su cargo el departamento de coordinación administrativa, coordinación de proyectos y unidades de gestión.
- e) Coordinación de programas: Seguimiento a cada uno de los ejes.
- f) Administración: El departamento está conformado por la administradora, contador, asistente de contabilidad y asistente de logística.



- g) Comunicación: Se encuentra una persona que es consultor, pero realiza las funciones respectivas del cargo.
- h) Unidades de Gestión.

1.7 Organigrama de la empresa

Figura 1



Fuente: Asociación Pop No'j

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

- a) Fortalecer capacidades políticas y técnicas en los sujetos y sujetas como actores estratégicos en la defensa y la construcción del ‘Buen Vivir’.
- b) 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.
- c) Promover la información, la sensibilización, formación y acción sobre la reivindicación de los Derechos de los Pueblos Indígenas y el qué hacer de Pop No’j, a lo interno y externo.
- d) 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

Primario: jóvenes mujeres y hombres Maya Mam.

Secundario: mujeres y hombres adultos y niñez.

1.12 Diagnóstico

Es la primera fase que permite reconocer el estado laboral de las áreas en las que se encuentra una empresa o institución y de forma particular para el presente estudio en comunicación. “Realizar un diagnóstico de comunicación en el marco de la intervención significa, desde nuestra perspectiva, incorporar crucialmente el sentido de la palabra intervenir (del latín *inter*: entre y *venio*: venir)” (Baccin, 2001, pág. 148).



“Es una herramienta que permite reconocer y comprender, de manera sistemática las prácticas sociales y sus procesos internos en el que constituye el primer paso de la planificación de procesos comunicacionales” (Bruno, 1990, pág. 11).

1. 13 Objetivo general

Evaluar el proceso de la comunicación interna de la Asociación Pop No'j

1.13. 1 Objetivos específicos

Identificar las herramientas que se utilizan para la comunicación entre colaboradores y promotores.

Analizar la eficiencia de retroalimentación entre jefes y colaboradores.

Conocer el proceso de comunicación interna entre los ejes o programas.

1.14 Tipos de investigación

a) Investigación Documental:

Se dice que es la base de las investigaciones, fundamenta el desarrollo de la búsqueda de libros y material para realizar fichas bibliográficas para obtener los datos pertinentes o necesarios para realización del proyecto o su desarrollo. (Vásquez, 2006)



b) Investigación Científica:

Se basa en el tema que se investigará y se apoya en cuatro pasos: elección del tema, recolección de información, formulación de hipótesis y la comprobación o no de la misma. En esta se realiza un análisis profundo de la situación en la que se utilizan diferentes técnicas con el fin de resolver o dar una solución al problema. Algunas de sus características son: objetiva, detallada, ordenada y lógica.

c) Investigación Histórica:

Se describe lo que haya sucedido antes y el avance que pudo llegar a tener, es decir, de lo general a lo particular. Su proceso es: la investigación, análisis y su interpretación para revelar acontecimientos que permitan comprender la historia y con ello el porqué de la situación actual de un fenómeno, los submétodos son: cronológico, geográfico y etnográfico.

d) Investigación Experimental:

Su enfoque principal está dirigido a las relaciones de causa-efecto, brinda un método para probar la hipótesis planteada, se lleva un control minucioso y preciso de lo que se realiza (Vásquez, 2006).

e) Investigación Descriptiva:

Su enfoque está en describir a la población o la situación, brinda la información del qué, cuándo, dónde, cómo. En esta investigación se utiliza la observación y la encuesta como técnica.

1.15 Enfoque

El enfoque llega a ser comprendido como sinónimo de perspectiva, se relaciona con la forma de mirar en las ciencias sociales, para ubicar y caracterizar el conocimiento, la investigación y la intervención social. (Cifuentes, 2011)



1.15.1 Tipos de enfoque

Enfoque cuantitativo:

En este enfoque se realiza un proceso sistematizado, tiene un orden específico y cronológico, cada etapa tiene como fin que se cumpla la anterior, la recolección de datos es relevante porque se requiere probar la hipótesis, se hace un análisis en el que a través de un estudio estadístico y medición numérica establece pauta de comportamiento.

Enfoque cualitativo:

Se considera este enfoque cuando el objetivo es examinar la forma en el que el grupo objetivo percibe un fenómeno, consiste en recolectar puntos de vista del grupo en el que se realiza y en general las preguntas son más abiertas por la interpretación de estas.

En este proceso la persona que hace la investigación plantea un problema, aunque no sigue un proceso específico (Hernández-Sampieri, 2014).

Enfoque mixto:

Es cuando en la investigación se utilizan las técnicas del enfoque cualitativo y cuantitativo, se indaga desde ambos para la comprobación de una hipótesis planteada, el uso de instrumentos adecuados para recolectar datos desde los dos enfoques es uno de los primeros pasos para desarrollar este proceso, toma las fortalezas de cada uno. En el análisis de la información, así como su integración dan una perspectiva general y profunda de los hallazgos y tiene un mayor enriquecimiento.



1.16 Técnicas de recolección de datos:

Son los mecanismos y formas en las que se realiza la recolección de datos basándose en el método y enfoque que se haya elegido, de acuerdo con los objetivos y el diseño de estudio establecido. En las técnicas el instrumento es fundamental porque permite recoger la información.

El autor del informe o proyecto debe tener presente y claro cuáles son instrumentos, así como las técnicas, las características de cada enfoque, determinar lo que se quiere comprobar, por lo que el diseño es relevante para que el análisis sea eficaz y lo más exacto posible (Monje Álvarez, 2011).

En el diagnóstico comunicacional de la Asociación Pop No'j se utilizó el enfoque mixto derivado a que no solamente será descriptivo, sino que se analizará los datos obtenidos. Las técnicas de recolección de datos son: observación, documentación, entrevistas de profundidad y encuestas.

1.16.1 Observación

Se basa en ver los acontecimientos o fenómenos que se estudiarán, es el primer paso en la mayoría de las investigaciones, validar los aspectos que ya se tienen concretos en el desarrollo del proyecto. Existen distintos tipos y deben usarse de manera que su aplicación esté trabajada correctamente, no usar alguna que no corresponda al objeto de estudio.

1.16.1.1 Tipos de Observación

Observación individual:

En este caso es una persona quien realiza el estudio y pone en marcha el plan de investigación, puede ser utilizada en todos los tipos de investigación debido al desarrollo de recopilación, registro y su proceso analítico.



Observación no estructurada:

Se pueden realizar anotaciones o la descripción del estudio sin una base en concreto, es más flexible, también llamada observación ordinaria, simple o libre. Este tipo de observación suele ser el más común para un investigador porque no es necesario realizar el instrumento, sino que es suficiente con la experiencia y reconocimiento de la información que se tiene.

Observación estructurada:

En este tipo se realiza una recopilación de información, tiene claro que se va a efectuar, los instrumentos están organizados para una mejor fluidez en la redacción de lo que vio o aún está en el proceso.

Observación no participante:

En este tipo la persona que realiza el proyecto o informe se encuentra al margen del proceso, se puede dar de manera directa por medio del uso de los instrumentos o herramientas como las encuestas, entrevistas o recolección de datos.

Observación participante:

El investigador participa de una manera cercana al grupo de estudio, en este tipo de observación hace que la información obtenida sea a mayor detalle y profunda de aquello que se desea saber. Puede indagar de otra forma dado a la convivencia, obtiene un punto de vista objetivo y subjetivo.

1.16.1.2 Observación en la Asociación Pop No'j

En el área de comunicación externa, el proceso del uso de la técnica de la observación en el estudio de la Asociación Pop No'j, se validó que cuentan con las redes sociales *Instagram*, *Twitter*, *YouTube* e *Issu*, donde *Facebook* cuenta con más seguidores (alrededor de 9, 936 seguidores). En esta red se realiza una publicación diaria en promedio y no tienen una guía para realizar las publicaciones.



La publicación con más “me gusta” durante el período que se efectuó la observación obtuvo 40 reacciones (15 de marzo al 23 de abril de 2021) y la publicación que más se compartió, fue 19 veces. Los comentarios que realizan sus seguidores son relativamente pocos y cuando estos comentan, no hay una respuesta del administrador de la página, no tienen un grupo objetivo y contenido definido por el momento.

Los tres programas establecidos en Pop No’j tienen su propia página y estas tienen menos seguidores y publicaciones que la página principal. La falta de tiempo, carga laboral o desinterés, son algunas de las razones por las cuales estas páginas no actualizan su contenido y en algunas ocasiones solo comparten contenido de la página principal y generalmente no publican historias.

Instagram es la segunda red con mayor uso, junto al sitio *web* oficial, en este último se hacen publicaciones relacionadas al trabajo de los diferentes programas y lo realiza la persona encargada de la comunicación institucional. Las redes sociales *Twitter*, *YouTube* e *Issu*, no se les da tanto movimiento como a las anteriores.

Los medios utilizados en la asociación para la comunicación interna son: *WhatsApp*, llamadas telefónicas, correo electrónico y videoconferencias, por la situación actual de pandemia, utilizan las aplicaciones *Google Meet* o *Zoom* para realizar reuniones de los programas o directamente con las personas de la sede central.

Se observó que tienen buena relación, en la reunión en la que se participó de manera presencial reflejan buena armonía, respeto y realizan actividades de convivencia para celebrar cumpleaños, en este caso se tuvo la oportunidad de tener este tiempo con los que fueron convocados a la reunión que se hizo a inicios del mes de abril; estas reuniones se realizan una vez al mes para coordinar y organizar agenda del mes.



La filosofía de la asociación es el 'Buen Vivir', por lo que se notó que los coordinadores de cada programa, las personas del departamento de administración, el encargado de comunicación, la persona de servicios varios y el director hacen lo posible por aplicarlo en todas las áreas. Sin embargo, no todos los colaboradores se relacionan con los coordinadores o los promotores fuera del ambiente laboral, dado que la comunicación se da directamente por gestiones administrativas.

No cuentan con *intranet* y tampoco un manual de ética, las reuniones mensuales que se realizan son para gestiones directamente de la Asociación, no cuentan con talleres o actividades para fomentar el trabajo en equipo, la relación laboral, filosofía o mejora del clima organizacional.

Tienen un tablero en la oficina central en donde colocan los nombres de los cumpleaños del mes para que se tengan en mente y que se incluya en la celebración a inicio de mes, no tienen un manual de labores interno, solamente suben fotografías a redes sociales e indican el motivo de la celebración.

No cuentan con un departamento o persona encargada de las relaciones públicas; el trabajo de abrir vías de diálogo y de establecer relaciones con los donantes, medios de comunicación, organizaciones e instituciones aliadas, las realiza el Doctor Juan José Hurtado Paz y Paz, quien es el director de la asociación Pop No'j.

El trabajo de la asociación Pop No'j se centra en la dignidad y derechos del pueblo indígena, que involucra a toda la comunidad en general para cumplir con su filosofía del 'Buen Vivir', su actividad principal es social y de acompañamiento comunitario.

Actualmente no cuentan con manual de crisis, ni de seguridad, la asociación Pop No'j por el momento solamente ha presentado un problema de riesgo, específicamente de seguridad, esto derivado al sensible tema de migración. No se registraron daños personales ni materiales, y se considera en la necesidad de realizar un manual de seguridad para saber qué realizar o a quiénes acudir por si se repite la situación.



En la asociación Pop No'j ven con importancia la necesidad de crear una unidad de comunicación el cual no se ha logrado conformar por falta de presupuesto. Para cubrir esta necesidad cuentan con una persona que se encarga de la comunicación institucional, es el responsable de las redes sociales y su página *web*, también da apoyo en temas de tecnología relacionados al uso de plataformas virtuales como *Zoom, Google Meet, Classroom, Google Drive*, entre otros.

La asociación Pop No'j cuenta con equipo para realizar el trabajo de comunicación, el cual se describe a continuación:

Tabla 2

Equipo unidad de comunicación
Cámara fotográfica Canon T6, 2 SD CARD (16 GB & 32 GB)
Estabilizador Ronin S
Micrófono de solapa Mugig y grabadora Sony PX 470
Tripoide Uscamel
MacBook Pro (Retina, 15-inch, Mid 2014)
Mouse inalámbrico Microsoft MT 1433
Equipo de Iluminación
Teléfono Huawei P20 lite

Fuente: Asociación Pop No'j

La identidad conceptual como asociación utiliza el *slogan* “Tejiendo Ideas, Conocimientos y Sabidurías” (Asociación Pop No'j, 2021); su relación radica en el área social y cultural del país, la Cosmovisión Maya y la Madre Naturaleza son parte de su identidad por la región en donde brindan el acompañamiento en cada eje.

La identidad corporativa y parte de su filosofía hacen realidad su *slogan* pues su logo está compuesto por elementos que tiene un significado relevante como la energía de la justicia y del movimiento representado por un tejido-petate y el Kan, por el Nahual No'j que significa conocimiento y sabiduría; su tipografía es *San Serif*.



Figura 2



Asociación
Pop No'j

Logotipo

Fuente: Asociación Pop No'j

La visión, misión y valores no están visibles para los colaboradores en la sede central, sin embargo, se encuentran en la página *web* de la empresa. En la inducción para el nuevo personal se brinda la información y se realiza una realimentación de la filosofía de la Asociación, pero no cuentan con una presentación o un formato en específico para sus colaboradores.

Los vehículos no tienen distintivo, por cuestión de seguridad; sin embargo, han pensado en realizarlo dado a que podría ser de utilidad para realizar visitas o brinden acompañamiento. Los técnicos de campo y coordinadores al momento de realizar actividades o acompañamiento se identifican con el chaleco institucional y todos los colaboradores poseen gafete.

Los coordinadores y el responsable de comunicación tienen un chaleco distintivo para realizar alguna actividad de campo o que lo amerite con el fin de identificarse, no se utiliza siempre por el tema relacionado a la seguridad tanto de los participantes como de los colaboradores.

En cuanto a sus documentos como las hojas membretadas solamente se utilizan cuando lo solicita algún donante, una carta especial que requiera la formalidad de caso, de lo contrario la comunicación de un asunto laboral se realiza por correo electrónico o *Whatsapp*.



1.16.2 Documentación

Esta técnica se utiliza para la recolección de datos bibliográficos de fuentes de información. Los documentos o las bibliografías son repositorios de información cuantitativa y cualitativa se encuentran en libros, informes de investigación, documentos oficiales de instituciones públicas y privadas, periódicos, revistas científicas y de entretenimiento, diarios e informes.

Para recopilar información se tuvo acceso a diferentes documentos electrónicos institucionales de Pop No'j, los cuales fueron proporcionados por Fredy Sitaví, encargado de la unidad de comunicación.

Uno de los primeros documentos consultados fue el plan estratégico 2014-2019 de la asociación Pop No'j, de este documento se obtuvo información como los datos generales, misión, visión, objetivos estratégicos, organigrama, historia de la asociación, su cobertura, los públicos objetivos directos e indirectos, alianzas con instituciones gubernamentales, municipales, organizaciones locales y departamentales.

En dicho plan estratégico se propuso la creación de la unidad de comunicación, en la cual se contemplaba la contratación de dos personas para realizar el trabajo de comunicación social; sin embargo, por falta de presupuesto aún no ha sido posible concretarlo. El director Juan José Hurtado está consciente de la necesidad de contar con dicha unidad por lo que no descarta la propuesta, aunque en este momento esté en espera.

Se tuvo la oportunidad de revisar la guía rápida de uso de imagen, en la que se detallan los colores, el uso de la tipografía y significado del logotipo que identifica a la Asociación Pop No'j. Asimismo, el plan de comunicación 2020, el cual no fue aprobado por la pandemia COVID-19, en él propusieron una estrategia de comunicación para compartir información en las diferentes redes sociales, sitio *web* y convocatorias para los diferentes medios de comunicación, según su cobertura.



Además de los documentos anteriormente descritos se tuvo a la vista en formato digital el informe de alcance de las redes sociales durante el mes de noviembre, en el cual se refleja que la red social *Facebook*, es la más visitada e incrementó en mayor número sus seguidores. También se consultó la planilla del personal, la memoria de labores 2020, el manual de procedimientos administrativos-contables, los estatutos que rigen a la asociación y un diagnóstico comunicacional elaborado por el encargado de comunicación institucional.

1.16.3 Entrevistas de profundidad

Estas consisten una serie de preguntas uno a uno, o bien a un grupo de personas reducido con el fin de obtener información del problema que se desea resolver o investigar; la entrevista a profundidad se da con el fin de obtener detalles no superficiales.

Vásquez (2006) indica dos modalidades de entrevista:

Entrevista estructurada:

Se realiza un formulario con preguntas previamente preparadas del tema.

Entrevista no estructurada:

Existen temas específicos de los cuales se realizan preguntas, pero no necesariamente un cuestionario cerrado, en este caso son preguntas abiertas en las que se desarrolla la apertura de la respuesta con el fin de recabar más información.

Se concluyó una serie de entrevistas con el director de la asociación, encargado de comunicación, coordinadora administrativa y los coordinadores de los programas Mujeres, Juventud y Migración. Fueron entrevistas no estructuradas, aunque sí se tenía una guía de preguntas, de acuerdo con la respuesta recibida se realizaba alguna adicional o de un tema afín a lo que se conversó.



Entrevista 1:

El 6 de abril de este año, se entrevistó al encargado de comunicación de la asociación, Fredy Sitaví. La entrevista se realizó en la sede central ubicada en la Colonia Bran zona 3 de la Ciudad de Guatemala, se hizo una serie de preguntas que aclararon temas de los puntos del diagnóstico. Para entrevistar se aprovechó el día en que el equipo lleva a cabo su reunión mensual con los coordinadores que viajan, personal administrativo, encargado de la comunicación y el director, la agenda abarca las actividades que se desarrollan en el mes, con aliados o nuevos proyectos.

La entrevista hace referencia a la historia, a los donantes, a cada uno de los ejes y cuál es la forma de trabajar, asimismo las actividades que se realizaron durante los meses anteriores de tres campañas: la primera conmemorar el Día del Migrante 18 de diciembre; la segunda campaña en el tema de migración “Retorno con derecho”; y la tercera “Tiempo en casa, no de violencia en los niños” esto derivado a que en los tiempos de pandemia, lamentablemente se conoció de sucesos de violencia contra los niños.

Otro punto importante que se destacó en la entrevista fue la comunicación interna como un “tema a fortalecer”; y que lo que se ha realizado son las convivencias a inicio de mes, el festejo de los cumpleaños con un pastel y el compartir de forma presencial, ya que las videollamadas tratan temas laborales (F. Sitaví, comunicación personal, 06 de abril de 2021).

Entrevista 2:

El director de la asociación, doctor Juan José Hurtado Paz y Paz concedió una entrevista el 16 de abril de 2021. En esta oportunidad la entrevista fue por videollamada por medio de la aplicación *Google Meet*. El doctor Hurtado indicó que se tienen capacidades limitadas en cuestión de tiempo para apoyar en general a los proyectos, pero se procura realizar un trabajo coordinado para darles el seguimiento a todos. Comenta que la asociación se ha dado a conocer principalmente por el eje de migración eso propicia generar nuevas sinergias y apoyo.



Comentó que se ha fortalecido el sistema interno en el departamento administrativo, menciona la comunicación, rendición de cuentas y la efectividad laboral. Hace referencia que falta constante capacitación al personal, aunque se ha recibido, pero considera que deben reforzar áreas.

Menciona que la identidad corporativa es importante, pero en la filosofía de utilizar uniforme por ejemplo no lo es, más que el gafete o chaleco como parte de las visitas, que por seguridad en su momento es importante considerar el contexto en el eje o programa. El vehículo tipo *pick up* que tenían si estaba identificado “eso hacía que fuéramos más llamativos para un robo” indicó por lo que por el momento no se tiene, pero en general si se utiliza la imagen de la asociación en todos los documentos y proyectos.

Explicó que alrededor de 2011, se inicia con la labor de la comunicación digital, por el momento no hay departamento por no contar con recursos y no ha crecido por la falta de financiamiento como la página *web*, *YouTube* y *Facebook*.

“Pop No ’j trabaja con un área específica, reducida. Sin embargo, quiere contribuir al cambio social” por esa razón debe compartir con más personas. Para hacer un cambio social se debe llegar a un grupo más grande.

En referencia a la comunicación interna entre los colaboradores indica que la vía más rápida es el teléfono debido a la distancia, las personas que cuentan con teléfono institucional son los asesores legales y coordinadores. Hace mención que es importante no combinar lo laboral con lo personal.

“Necesitamos fortalecernos internamente (...) que la gente se exprese por sí misma, que los intermediarios existan mientras sean necesarios”. Que las personas desarrollen capacidades por sí mismos (J. Hurtado, comunicación personal, 16 de abril de 2021).



Entrevista 3:

Para continuar con la documentación, M.A. Sorayda Cajas, coordinadora de administración de la asociación brindó una entrevista el 22 de abril. Al igual que la entrevista anterior se realizó por videollamada con la aplicación *Google Meet*, la entrevistada tiene a cargo el departamento de administración, el presupuesto de cada programa con cuatro personas, de logística y limpieza, secretaria, contadora y auxiliar contable.

Hizo referencia a que por el momento el eje de migración es el que tiene más proyectos debido a la situación actual del país, juventud tiene tres proyectos en marcha; y mujeres dos proyectos. Comentó que hay mucho trabajo por hacer, se tienen diferentes responsabilidades dado a que no existe un departamento de Recursos Humanos, ella junto al director realizan las gestiones correspondientes.

Con respecto a la comunicación interna indicó “Yo considero que si debemos trabajar en la comunicación interna” manifiesta la importancia de tener o generar lazos entre los colaboradores; tienen un *chat* de administración para realimentar alguna información o seguimiento de proyectos o de algún trámite.

En el tema del uso de documentos oficiales indica que con las hojas membretadas “Solo a donantes principalmente, depende de lo que se requiera o en alguna información muy formal”, actualmente la mayoría de los documentos e información se gestiona de forma digital por lo que si se solicita se coloca el logo o bien firmas digitales que resguarda la imagen de la asociación (S. Cajas, comunicación personal, 22 de abril de 2021).

Entrevista 4, 5 y 6:

En la última parte de entrevistas se hizo un acercamiento con los coordinadores, ellos son: Silvia Raquec, coordinadora del eje Migración; Blanca María Socorro, asistente del proyecto Mujeres; y José William Cuxil, coordinador del programa Juventud.



Los coordinadores informaron acerca de lo que llevan a cabo en cada programa, cuáles son los objetivos y en qué población se da el acompañamiento de la asociación, los tres coinciden en que las herramientas de comunicación digitales han sido esenciales en este tiempo de pandemia, sin embargo, dado a lejanía la señal de *internet* suele ser débil por lo que siempre buscan la forma de comunicarse más rápido, en este caso por llamada telefónica o vía *WhatsApp*.

Enfatizan en que debe mejorar la comunicación interna con el objetivo de crear vínculos entre los colaboradores para que haya una mayor integración, porque unas personas están en Huehuetenango y otras en la ciudad, unos colaboradores más residen en Chimaltenango. Sostienen que las plataformas les dan soporte, pero se requiere refuerzo y velar por el bienestar de los colaboradores.

1.16.4 Grupos focales:

No se realizaron debido a que las entrevistas fueron individuales con los coordinadores y director de la asociación.

1.16.5 Encuestas

Esta técnica es utilizada para obtener información directa de la muestra de la población o universo en la que se está interesado; una forma rápida y accesible puede ser de manera anónima, se solicitan datos que son necesarios como nombre o correo electrónico; sin embargo si se realiza algún estudio o se quiere evaluar el clima organizacional por ejemplo o la implementación de un reglamento nuevo, lo preferible es realizarlo anónimo para que el colaborador no se preocupe por dar su punto de vista.



Para Vásquez (2006) las preguntas de una encuesta se clasifican de la siguiente manera:

Preguntas abiertas:

Se tiene la opción al encuestado a que responda de una manera honesta y con su propio criterio.

Preguntas cerradas:

En la mayoría de los casos las respuestas a las que obedece son un sí o un no, y podría ser una tercera opción un no sé.

Preguntas de elección múltiple:

Se brindan las posibles respuestas y al criterio del encuestado puede marcar una o más respuestas.

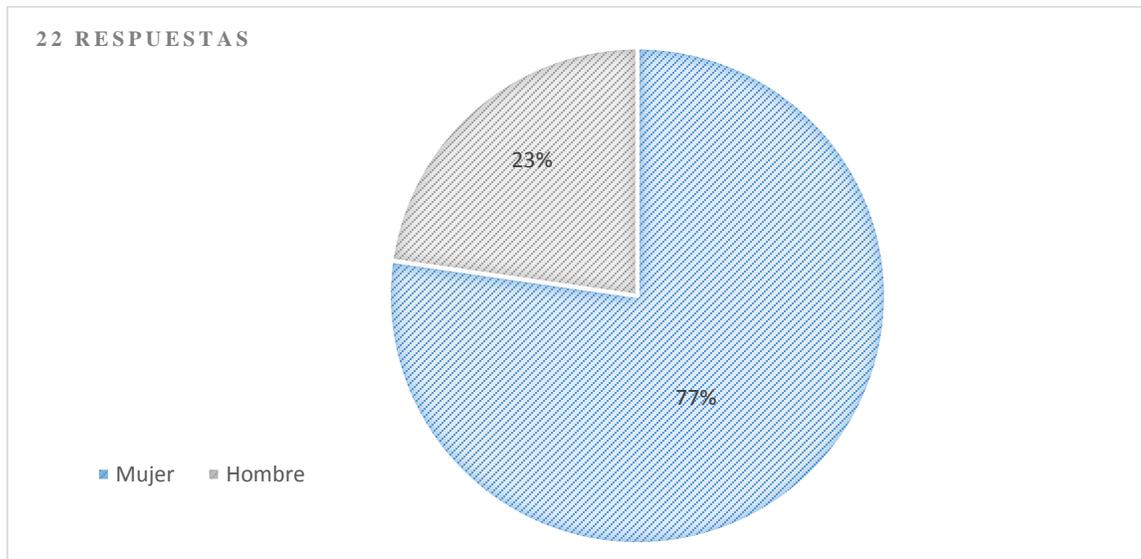
La población que se tomó para trasladar la encuesta fue el 100% son 35 trabajadores, debido a lo pequeño del universo no se utilizó la fórmula finita.



1.17 Interpretación de resultados

Figura 3

1. Género



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3

Género		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Mujer	17	77
Hombre	5	23

Fuente: Elaboración Propia.

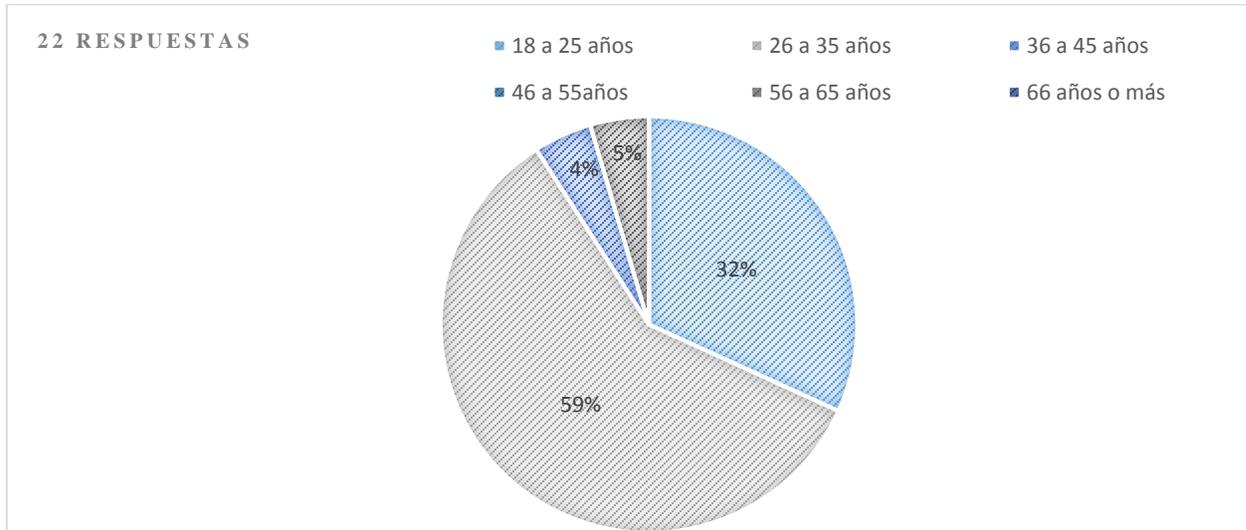
Total encuestados: 22 colaboradores

Interpretación: Se realizó la encuesta a 22 personas, incluye personal administrativo, personal técnico y voluntarios que residen en el área de la ciudad capital y del departamento de Huehuetenango; el resultado es de 17 mujeres con el 77% y cinco hombres que representa el 23%. Como parte de conocer quiénes integran la asociación y la realidad en cuanto al género dado a que por encontrarse en el departamento se suele ser débil la comunicación.



Figura 4

2. Edad



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4

Edad		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
18 a 25 años	7	32
26 a 35 años	13	59
36 a 45 años	1	4
46 a 55 años	0	0
56 a 65 años	1	5
66 años o más	0	0

Fuente: Elaboración propia.

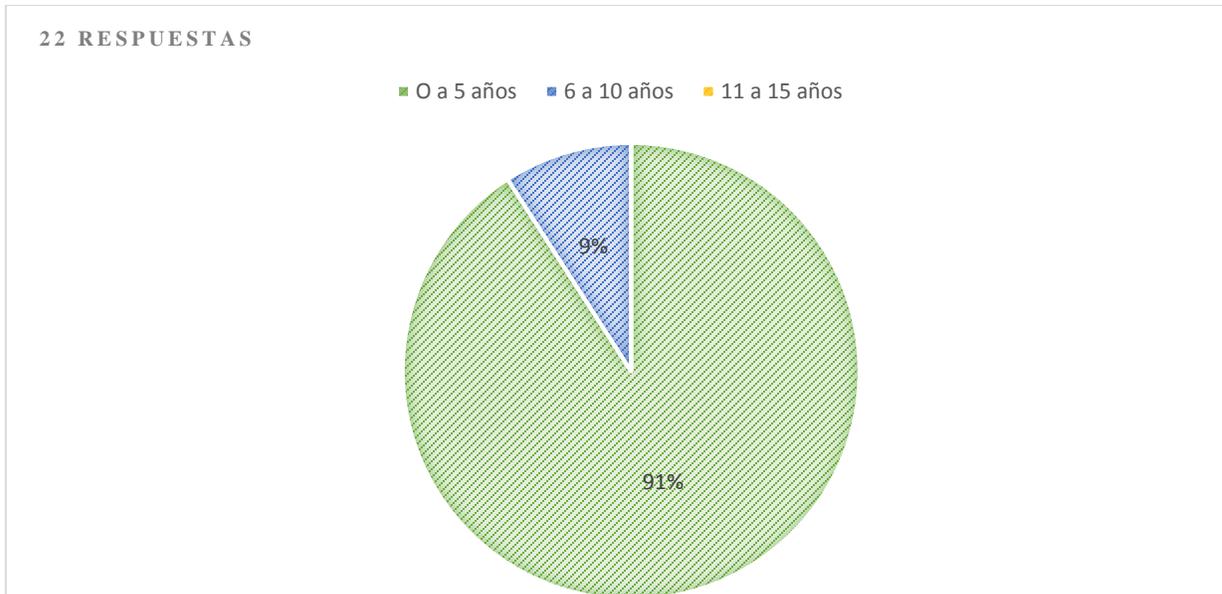
Total encuestados: 22 colaboradores

Interpretación: Entre 18 a 25 años determina un 32% del total de la muestra, mientras que la edad de 26 a 35 años refleja un 59%; lo que significa que este rango de edad es el que predomina en la Asociación Pop No'j, de 36 a 45 años una persona con el 4%, de 46 a 55 años no tiene representación, de 56 a 65 con el 5% y con 66 años o más no tiene. Asociación brinda un acompañamiento, pero también apoya a los jóvenes y adultos para su crecimiento dado a que el promedio es de 18 a 35 años.



Figura 5

3. Años de laborar en la institución



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5

Años de laborar en la institución		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
0 a 5 años	20	91
6 a 10 años	2	9
11 a 15 años	0	0

Fuente: Elaboración propia.

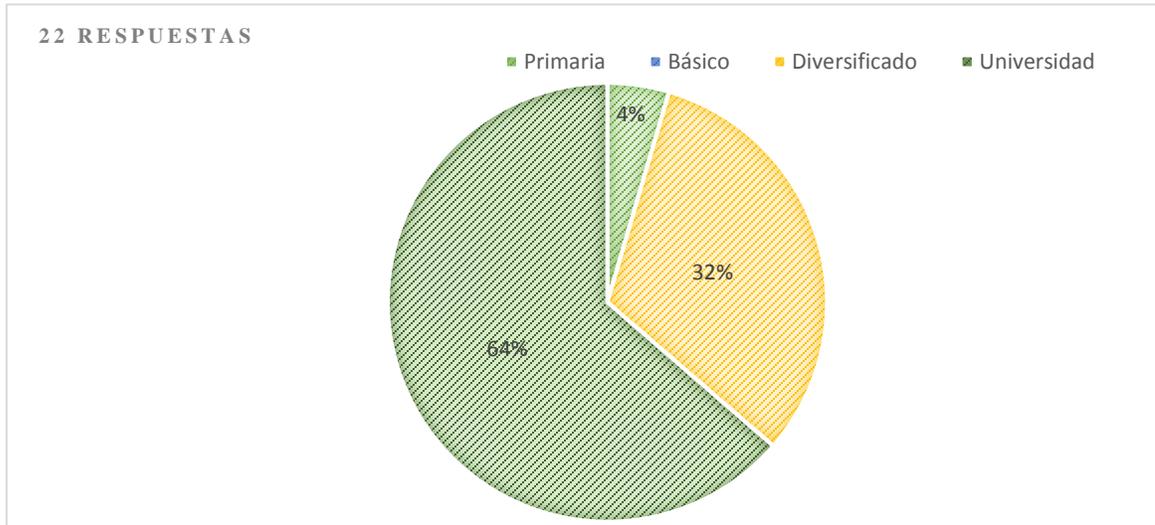
Total encuestados: 22 colaboradores

Interpretación: en cuánto al tiempo que tienen de laborar en la asociación 20 personas contestaron que tenían de cero a cinco años con un porcentaje de 91; dos contestaron de seis a 10 años con un porcentaje de 9; y no hay alguien con una antigüedad de 11 a 15 años. La estabilidad es un factor relevante para las empresas; se considera esta pregunta en la encuesta para reconocer posteriormente con el análisis y tener una mejor visión.



Figura 6

4. Grado de escolaridad



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6

Grado de escolaridad		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Primaria	1	4
Básico	0	0
Diversificado	7	32
Universidad	14	64

Fuente: Elaboración propia.

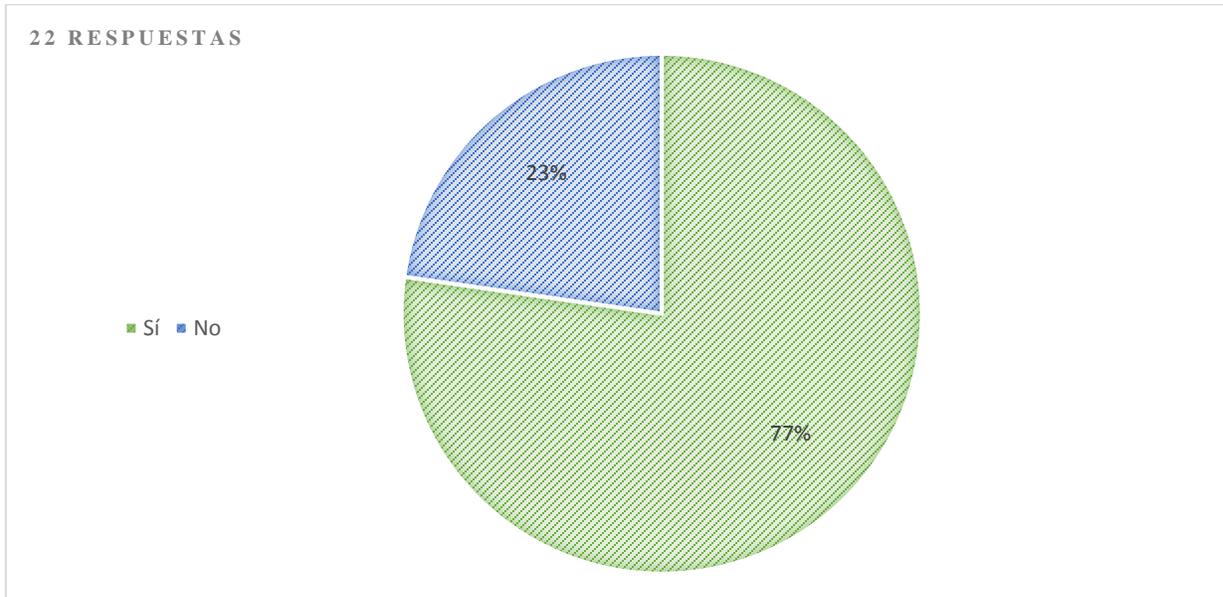
Total encuestados: 22 colaboradores

Interpretación: La encuesta obtuvo 22 respuestas de las cuales una persona indica tener el grado de escolaridad primaria con el 4%; del nivel básicos no hay; de diversificado siete personas con 32%, en su mayoría con el 64%; 14 personas con el grado de universidad. Se considera el grado académico como parte del crecimiento laboral en la asociación derivado a los temas que se tratan, el acompañamiento por parte de psicólogos, abogados, así como el desempeño los de coordinadores, se refleja que tiene importancia y que va en conjunto con la preparación académica.



Figura 7

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



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 7

¿Conoce la historia de la asociación Pop No'j?		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Sí	17	77
No	5	23

Fuente: Elaboración propia.

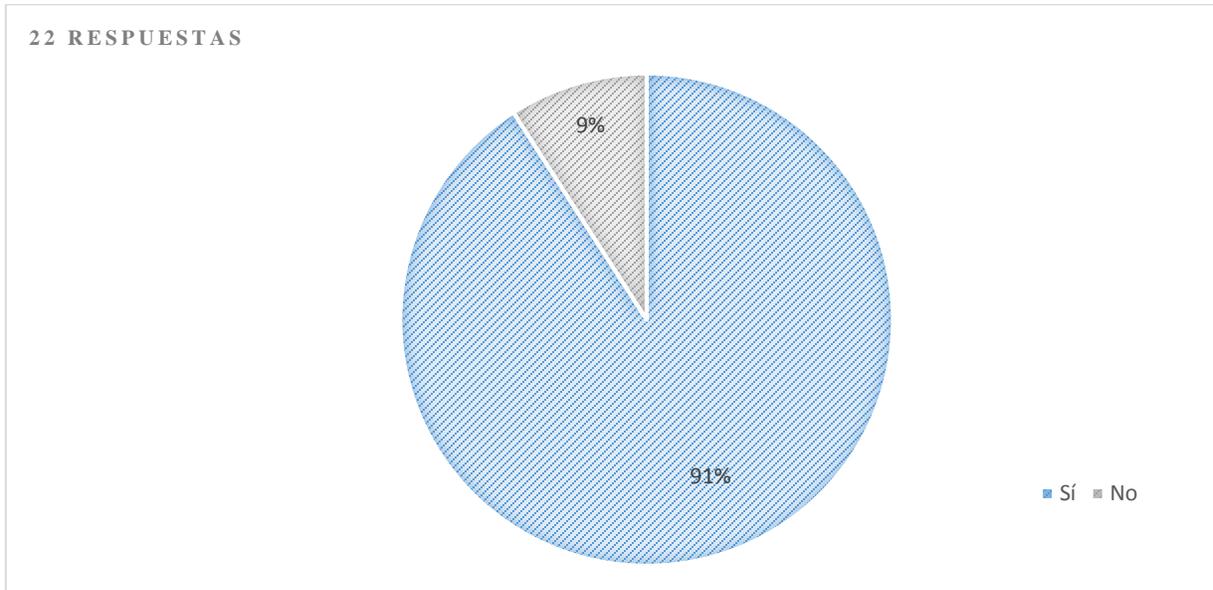
Total encuestados: 22 colaboradores

Interpretación: De las 22 personas que respondieron la encuesta 17 indican que sí conocen la historia de la asociación, representado por el 77 %; y cinco personas indican que no con el 23%. Los colaboradores deben conocer la historia del lugar en donde laboran, sino puede caer en ignorancia de procedimientos o falencias que afecten alguna actividad o desinformación con alguien que no conozca a la asociación.



Figura 8

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



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 8

¿Conoce la misión de la asociación Pop No'j?		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Sí	20	91
No	2	9

Fuente: Elaboración propia.

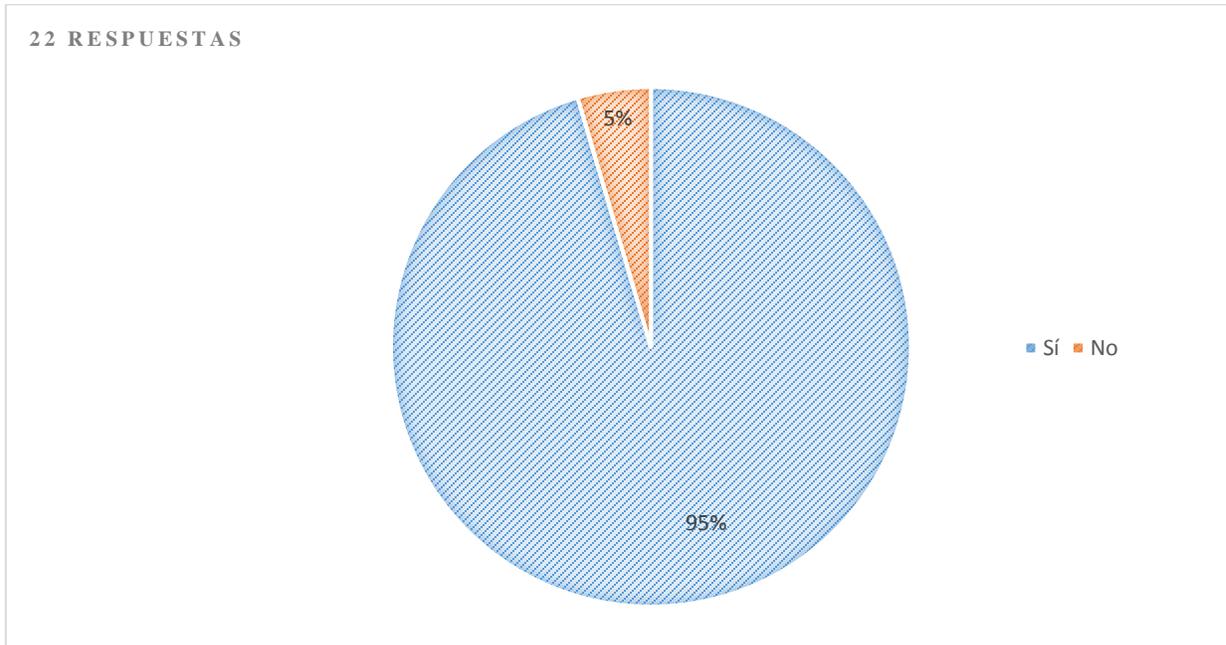
Total encuestados: 22 colaboradores

Interpretación: 20 personas de las 22 que contestaron la encuesta indican que si conocen la misión de la asociación que esto representa un 91%, dos personas indican que no la conocen con el 9%, se considera relevante este elemento dado a qué se trata de la razón fundamental de la existencia de una institución, de quiere realizar y el porqué, es un resultado positivo que la conozcan; sin embargo, es relevante que exista la práctica en sus labores y actividades de asociación.



Figura 9

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



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 9

¿Conoce la visión de la asociación Pop No'j?		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Sí	21	95
No	1	5

Fuente: Elaboración propia.

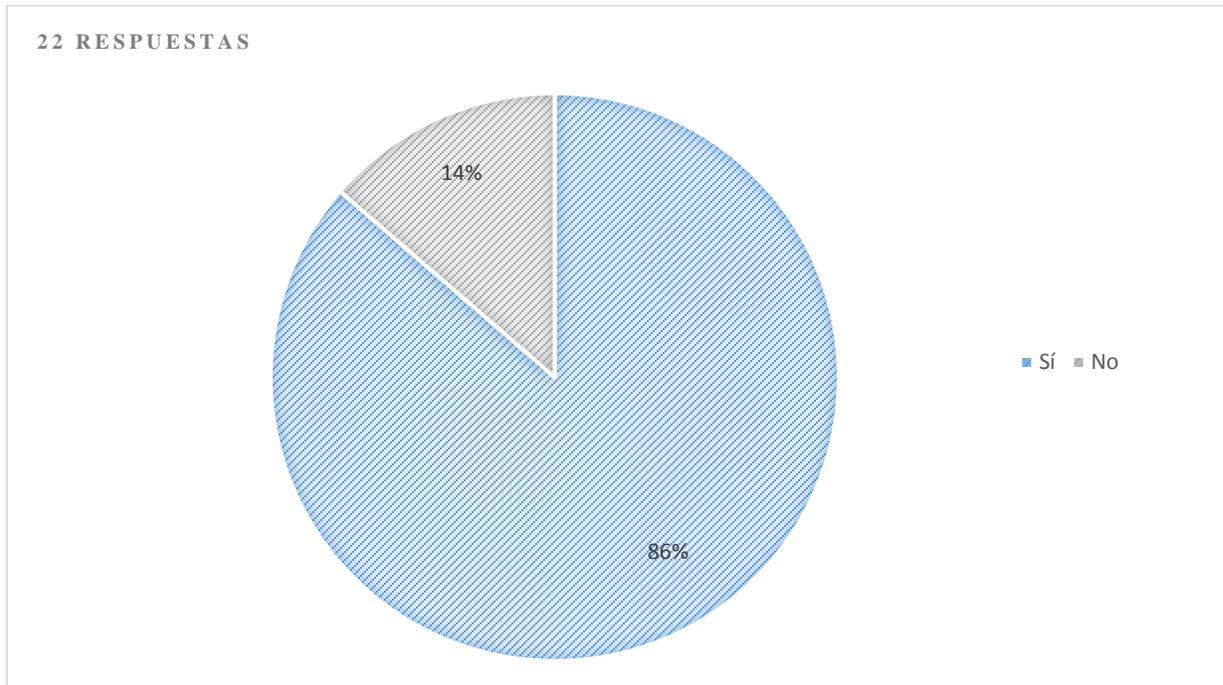
Total encuestados: 22 colaboradores

Interpretación: 21 personas indican que sí conocen la visión de la asociación representado por el 95%; una persona que no la conoce representa el 5%. Se considera un elemento determinante dado a que da conocer cómo se quiere ver la asociación, cuál será el propósito por alcanzar; las personas que se encuentran en una empresa deben conocer la visión para proyectar desde sus labores, lo que la institución desea, por lo que sería una posible base para fortalecer.



Figura 10

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



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 10

¿Conoce los objetivos de la asociación Pop No'j?		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Sí	19	86
No	3	14

Fuente: Elaboración propia.

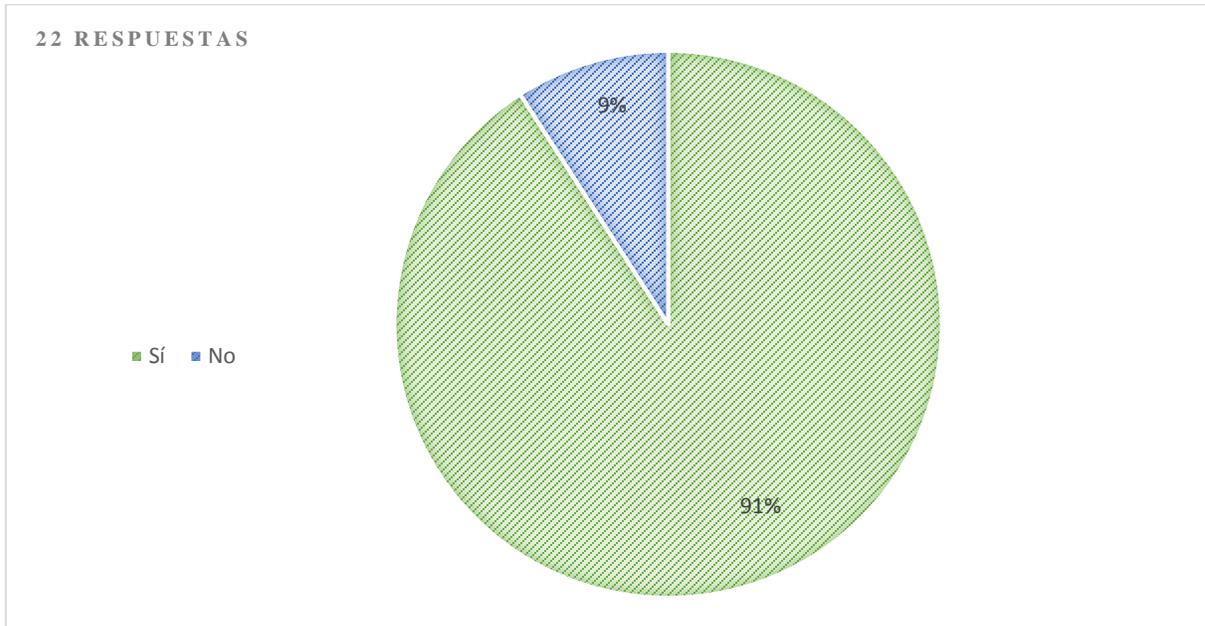
Total encuestados: 22 colaboradores

Interpretación: 19 colaboradores indican que sí conocen los objetivos de la asociación, representan el 86.4%; tres personas con el 14% indica que no conoce los objetivos, 86% los conoce, pero es considerable que todos conozcan a dónde quieren llegar como organización para trabajar en conjunto, como equipo de trabajo y con las personas de área al que brindan el acompañamiento.



Figura 11

9. ¿Conoce los valores de Pop No'j?



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 11

¿Conoce los valores de Pop No'j?		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Sí	20	91
No	2	9

Fuente: Elaboración propia.

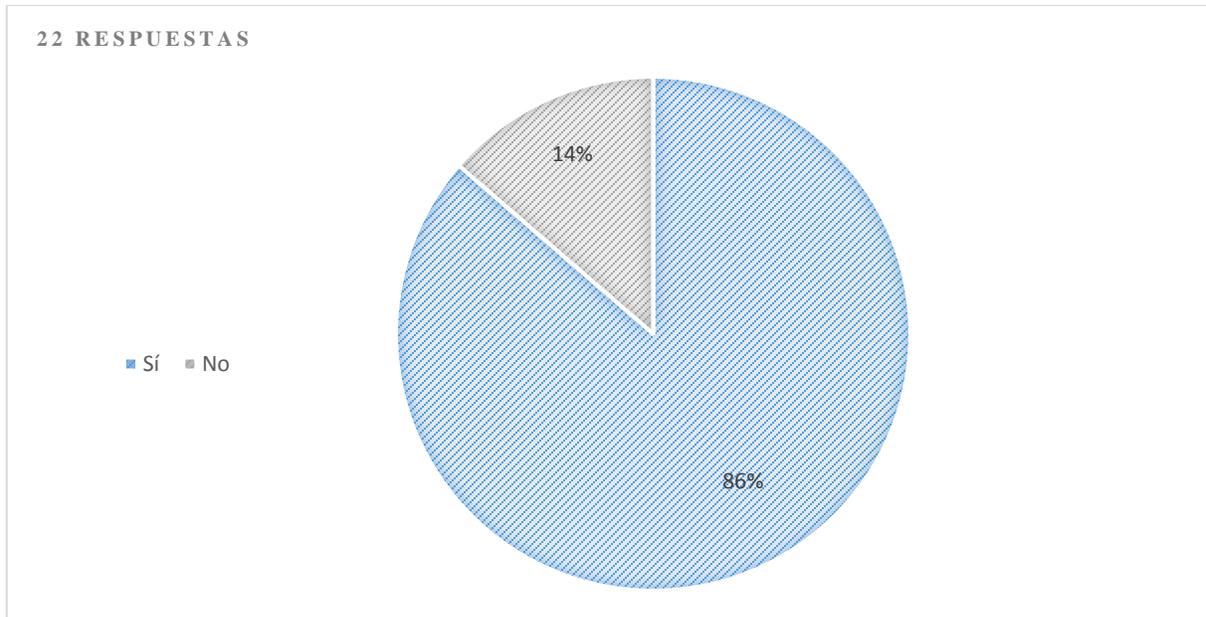
Total encuestados: 22 colaboradores

Interpretación: 20 personas indican que sí conocen los valores de la asociación representan el 91%; dos personas con el 9% que no los conoce; deben aplicar los valores en el puesto de trabajo para que se reconozca la labor de Pop No'j. Desde el respeto, la reciprocidad, transparencia y coherencia por mencionar algunos, si no se consideran para las actividades que se realizan pueden perder la credibilidad de la institución.



Figura 12

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



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 12

¿Se identifica con la filosofía de la Asociación Pop No'j?		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Sí	19	86
No	3	14

Fuente: Elaboración propia.

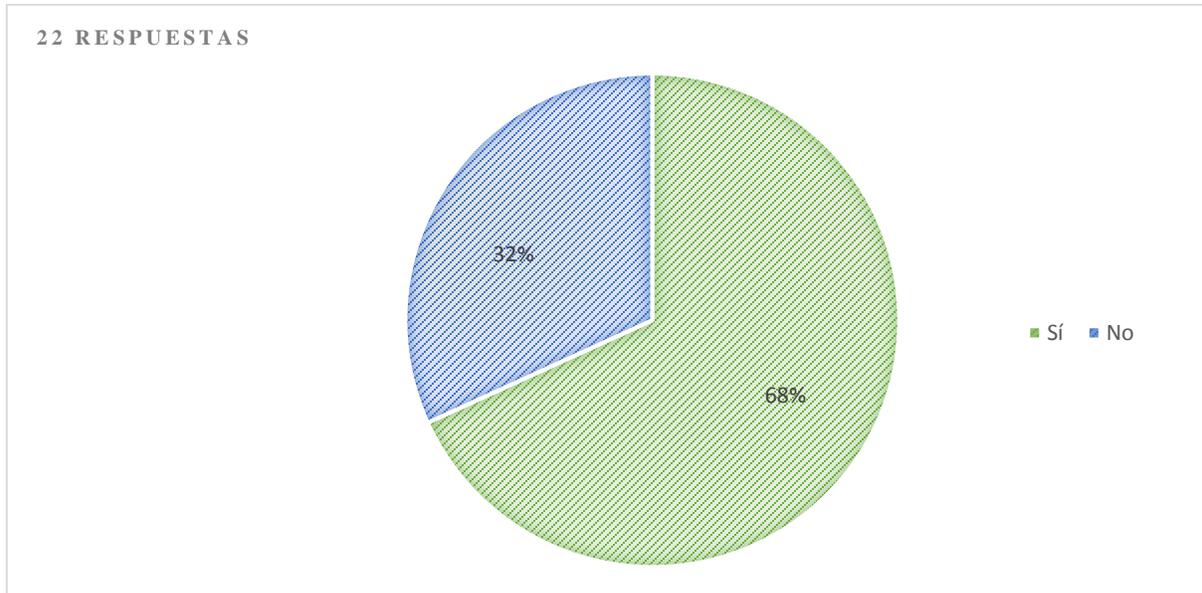
Total encuestados: 22 colaboradores

Interpretación: De los 22 colaboradores que respondieron la encuesta, 19 indican que sí conocen la filosofía de Pop No'j con un 86%; mientras que el 14% indica que no conoce la filosofía. Se puede considerar que hay aspectos en el trabajo que no suelen mencionarse a diario por lo que es bueno que la organización recuerde a cada cierto tiempo la filosofía, a qué aspectos se apegan y el porqué.



Figura 13

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



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 13

¿Conoce el significado del logotipo de la Asociación Pop No'j?		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Sí	15	68
No	7	32

Fuente: Elaboración propia.

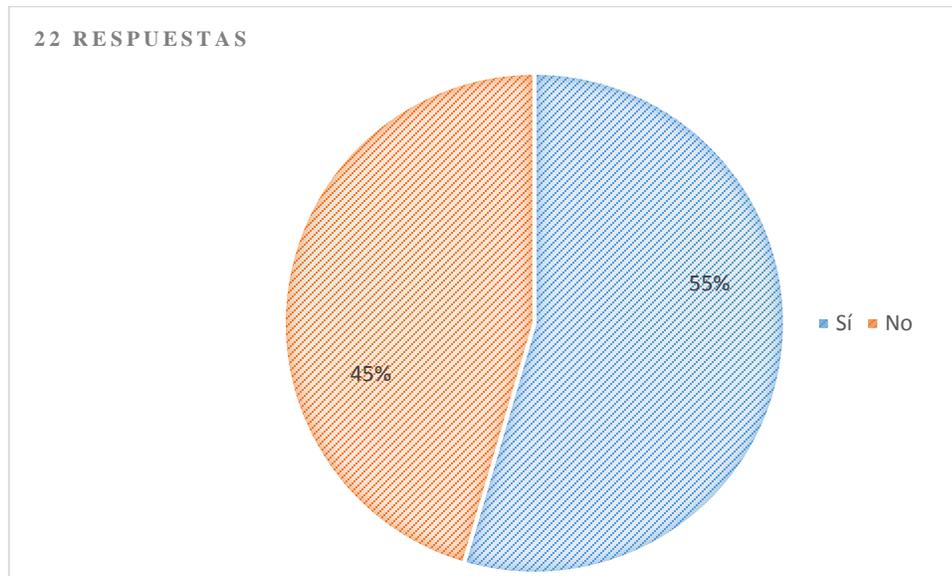
Total encuestados: 22 colaboradores

Interpretación: 15 colaboradores que representan el 68% indica que sí conocen el significado del logotipo de la asociación; siete indican que no, ellos son el 32%. Dado a que varios técnicos y voluntarios se encuentran en el departamento de Huehuetenango no tienen una comunicación constante en este aspecto de conocer la identidad visual de la asociación.



Figura 14

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



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 14

¿Considera que la comunicación con su compañeros de trabajo afecta el clima laboral?		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Sí	12	55
No	10	45

Fuente: Elaboración propia.

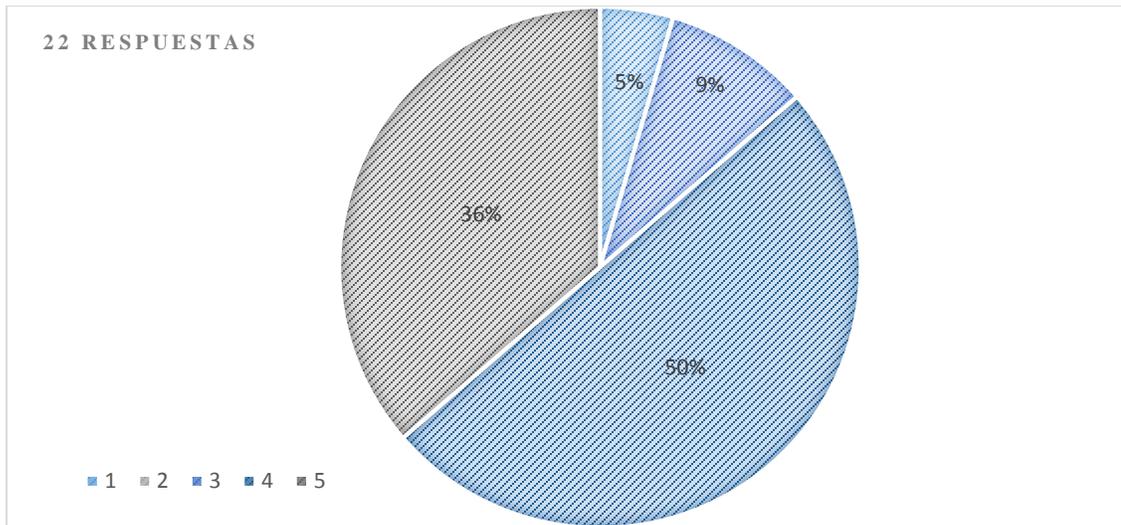
Total encuestados: 22 colaboradores

Interpretación: 12 colaboradores indican que la comunicación con sus compañeros sí puede afectar el clima laboral, representan el 55%; mientras 10 colaboradores con el 45% manifiesta que el tener una relación con los compañeros de trabajos incrementa o fomenta que se realice el trabajo de una mejor manera.



Figura 15

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



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 15

De uno a cinco, ¿Cómo calificaría la comunicación con sus compañeros de trabajo?		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
1	1	5
2	0	0
3	2	9
4	11	50
5	8	36

Fuente: Elaboración propia.

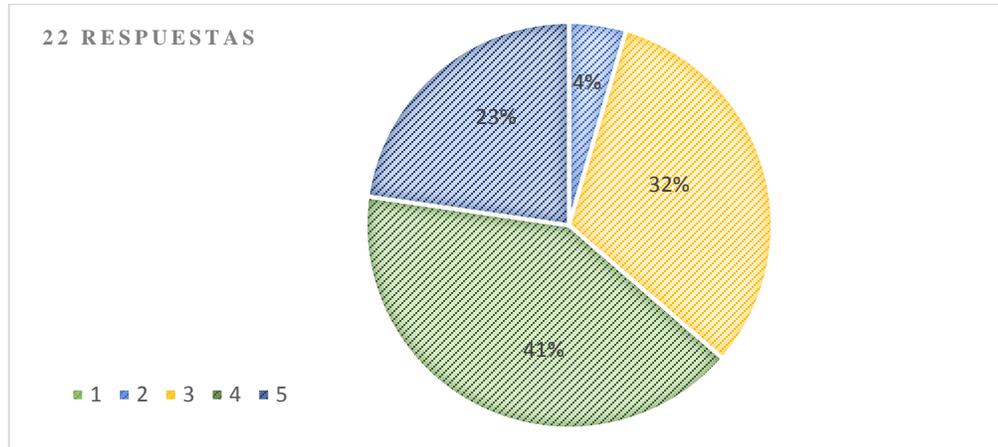
Total encuestados: 22 colaboradores

Interpretación: Una persona califica en uno la comunicación con sus compañeros de trabajo, hacen referencia al 5%; la calificación dos no tiene ningún voto; tres si tiene dos personas con el 9%; 11 personas califican como cuatro, lo que se considera que es buena, representan un 50%; y ocho personas calificación en cinco, lo que se considera como excelente. El tema es validar que sea una realidad y que se fortalezca si no se tiene una buena comunicación.



Figura 16

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



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 16

De uno a cinco, ¿Cómo cree que es la comunicación entre jefes y colaboradores?		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
1	0	0
2	1	4
3	7	32
4	9	41
5	5	23

Fuente: Elaboración propia.

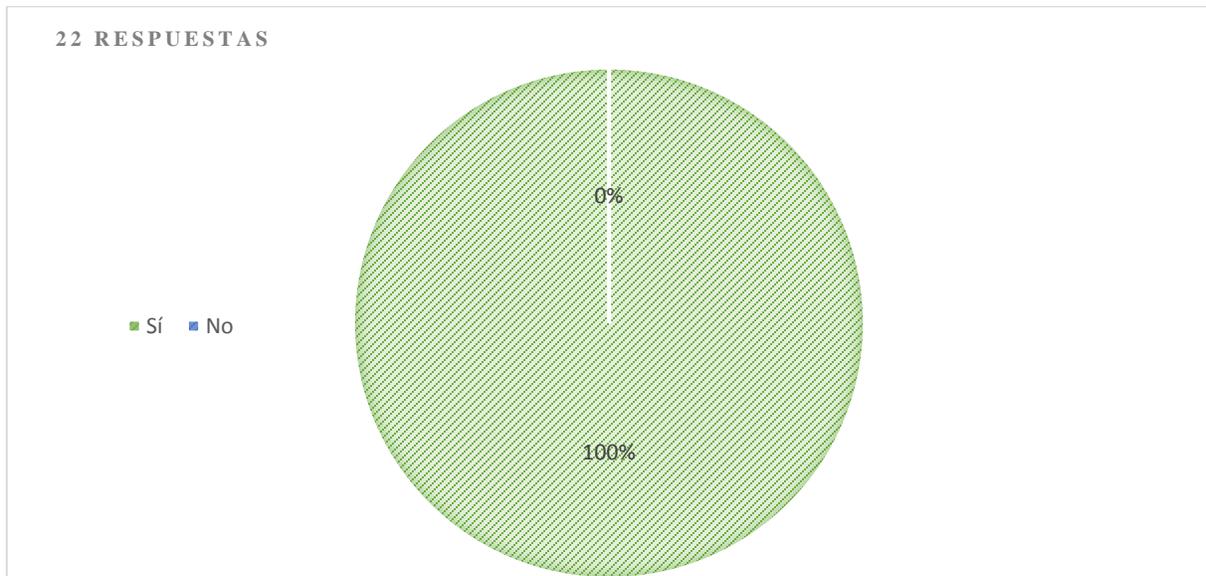
Total encuestados: 22 colaboradores

Interpretación: De la calificación uno no tiene votos por lo que no refleja porcentaje; de la calificación dos, una persona indica que su comunicación o lo que ella percibe no es buena que representa el 4%; la puntuación tres indica que siete personas manifiestan que la relación es regular representado con el 32%; nueve personas califican con cuatro por lo que es buena, representan el 41%; y cinco personas ponderan con cinco la comunicación entre jefes y colaboradores. Esto tiende a ser subjetivo dado a las condiciones laborales de sobrecarga; sin embargo, se debe fomentar la buena comunicación y no haya ruido o barreras.



Figura 17

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



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 17

¿Considera que se puede mejorar el proceso de comunicación interna?		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Sí	22	100
No	0	0

Fuente: Elaboración propia.

Total encuestados: 22 colaboradores

Interpretación: El total de los colaboradores indica que sí se puede mejorar el proceso de comunicación interna, representan el 100%. Lo que indica que hay aspectos que deben mejorar, implementar y reforzar en la asociación.



Figura 18

16. ¿Qué acciones le gustaría que realizaran para mejorar el clima laboral de la asociación?

22 respuestas

- Conferencia
- Autocuidado, trabajo en equipo constante
- Compartir experiencias entre programas y que las actividades sean equitativas
- Que se tenga mayor comunicación
- Talleres sobre cuidado laboral, autocuidado,
- Talleres de auto cuidado.
- Fortalecer el autocuidado y las relaciones humanas dentro del equipo
- Es importante tener una buena comunicación entre todos los programas para realizar acciones en conjunto
- Seguir apoyando a las familias y formar más al personal en temas migratorias
- Talleres sobre trabajo en equipo
- Tener una comunicación activa entre el personal.
- Comunicación
- Programar actividades fuera del trabajo para reforzar lazos
- Compromiso en el trabajo que se realiza
- Reuniones presenciales
- La unión de todos los ejes
- Conversatorio de los programas



Apoyo de otras cooperaciones para la asociación y así seguir apoyando otros emprendimientos en los municipios.

Buena organización y comunicación

Que se apoye por igual a todos los programas

Implementar actividades de motivación con el personal.

Que toman en cuenta todos los movimientos que son necesarios y tal vez agregar en el presupuesto viáticos para movilización

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Esta pregunta abierta se realizó con el fin de que los colaboradores indicaran específicamente qué aspectos se pueden mejorar e incluso implementar, como los talleres de motivación lo que es vital para las empresas actualmente, dado que un buen colaborador mantiene un estado de ánimo estable, en este caso, la institución puede velar porque se encuentre en condiciones de laborar a pesar de alguna situación externa y pueda controlar sus emociones para no perjudicar o entorpecer algún procedimiento. Fomentar la comunicación entre el personal de los proyectos o ejes, el compartir experiencias de las actividades.



1.18 FODA

Es análisis FODA es un estudio que se realiza en una empresa o institución para la evaluación de esta, con el fin de obtener una síntesis de los sucesos en el área interna y externa, para esto se divide en la primer fase fortaleza y oportunidades, en la segunda debilidades y amenazas. En ocasiones este análisis sirve para desarrollar planes que la dirección de la empresa ya haya estructurado o bien que quiera realizar algo nuevo.

Es esencial que se tomen los cuatro aspectos porque el panorama tendrá mayor visibilidad y claridad para dar la solución a lo que se presenta y trabajar en los puntos necesarios para ejecutar el plan o proyecto previsto.

El FODA es una herramienta práctica, objetiva y viable para una organización porque brinda una construcción de un equilibrio estratégico. “Estas siglas provienen del acrónimo en inglés *SWOT* (*strenghts, weaknesses, opportunities, threats*); en español, aluden a fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas” (Sarli, González, & Ayres, 2015, pág. 17). Lo que permite tomar decisiones con base en lo que se presenta para generar cambios o hacer modificaciones relevantes e importantes en la empresa.

Cada empresa tendrá sus variables en el análisis de acuerdo con el giro de negocio, cada uno presenta sus propias características, con relación a los factores o motivos que determinan el éxito del cumplimiento de las metas, los puntos se desarrollan con el objetivo de crear un ajuste de la parte interna como externa (Ponce, 2006). El autor hace referencia que puede ser una herramienta sencilla, pero de gran utilidad para conocer la situación de la empresa en cada área.

Fortalezas:

Son las capacidades, destrezas o atributos que la empresa puede tener a su favor, los recursos forman parte primordial pues se conoce el nivel económico, el momento en el que se encuentra la empresa, su estabilidad para alcanzar lo que desea.



Oportunidades:

Para este análisis representan las características esenciales del entorno de la institución, estos no son controlables por ella sino los elementos tienen relación externa con el entorno; sin embargo, es un factor relevante que permite en algún momento modificar estrategias para realizar una mejora.

Debilidades:

Son los puntos que una empresa debe analizar de manera detallada dado que son los factores que desfavorecen o perjudican la ejecución, desarrollo de los objetivos y metas de la institución. Muestra la vulnerabilidad y deficiencia de la organización por lo que se considera que al momento de identificar los puntos si no se pueden cambiar drásticamente deberán hacerlo de forma paulatina al ejecutar el plan para tener un mejor resultado.

Amenazas:

Se considera como problemas potenciales que están en el exterior, no depende de forma directa de la organización; sin embargo, se pueden tomar en consideración aspectos relevantes internamente para evaluar y realizar algún cambio.



Tabla 18

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Uso de la aplicación <i>WhatsApp</i> como medio de comunicación e información interna con regularidad. - Conocimiento en la mayoría de los colaboradores de la misión, visión, historia, valores y el trabajo que realiza la Asociación Pop No'j. - El área de comunicación tiene importancia en la Asociación Pop No'j. - Equidad en el trato hacia las personas que tienen relación con la asociación. - Utilizan la mayoría de las herramientas digitales en su proceso de comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> - Fortalecimiento del área de comunicación. - La identificación de los colaboradores y promotores con los proyectos de la Asociación Pop No'j. - Fomentar las relaciones entre el personal administrativo y de campo. - Incrementar las relaciones entre los diferentes programas. - La realización de más proyectos a través del apoyo de nuevos donantes. - Vincular las diferentes redes sociales con la página <i>web</i> y el <i>blog</i>.
DEBILIDADES	AMENZAS
<ul style="list-style-type: none"> - No hay un presupuesto establecido para el funcionamiento de la Asociación, dependen de los donantes. - No hay un espacio físico adecuado para reuniones. - Desinterés del uso de los recursos y herramientas digitales con las que se cuenta. - No hay presencia de los coordinadores en el campo, las instrucciones se dan de forma virtual. - Desconocimiento parcial de los donantes como aliados de la institución. - No cuentan con un lineamiento establecido del contenido a publicar. 	<ul style="list-style-type: none"> - Finalización del apoyo económico de los donantes. - La inestabilidad de la señal de <i>internet</i> en el área de trabajo de campo no permite una comunicación virtual fluida. - Falta de socialización de las herramientas digitales. - Falta de personal, lo cual provoca sobrecarga de trabajo. - Peligro a sufrir hechos de violencia en el trabajo de campo. - Pérdida de visitas en la página <i>web</i> y el <i>blog</i> por desactualización de estas.

Fuente: Asociación Pop No'j.



1.19 Problemas detectados

En el proceso de la elaboración del diagnóstico a la asociación Pop No'j, utilizadas las técnicas de recolección de datos como la observación, entrevistas de profundidad, documentación y encuestas, al realizar el respectivo análisis de estas se detectó una serie de problemas, los cuales se describen a continuación.

No cuentan con un espacio físico adecuado para el funcionamiento de la asociación, sus oficinas se encuentran instaladas en una casa domiciliar de dos niveles, donde no hay una sala de reuniones formal, falta de identificación de las diferentes áreas de trabajo administrativo, problema de organización de libros y documentos, la casa no cuenta con identificación externa de la asociación, no es fácil ubicarla y distinguirla, tampoco se encuentran visibles la misión, visión y valores de Pop No'j.

El uso de papel membretado en documentos oficiales ya no es tan frecuente por la situación actual, la mayor parte del envío de información se hace por medio de correo electrónico u otra plataforma virtual. Tampoco cuentan con un plan estratégico de comunicación externo e interno. La carga laboral es fuerte por la falta de personal en los distintos proyectos.

Durante la crisis de COVID-19 los coordinadores aprovechan el recurso de *WhatsApp* y correo institucional para comunicarse con los colaboradores y promotores voluntarios que pertenecen a los distintos programas, sin embargo, no ha sido funcional al 100 por ciento, a causa de la mala señal de *internet* que existe en las comunidades donde ellos residen.

La asociación Pop No'j no cuenta con un departamento de recursos humanos, esto puede afectar el control del personal, el perfil adecuado para la contratación de personal, también afecta los procedimientos y trámites que necesiten realizar los colaboradores. Falta una persona que se encargue de las relaciones públicas, para tener contacto con los diferentes medios de comunicación e instituciones aliadas.



Hay un problema de comunicación interno, en las encuestas se notó que hay una desigualdad en apoyo a los diferentes programas, no hay una buena comunicación entre los distintos proyectos, escasa realización de actividades para fortalecer las relaciones y el trabajo en equipo, esto puede afectar el clima laboral, no existe convivencia fuera del tema laboral.

Ante la falta de un presupuesto establecido aún no se implementa la unidad de comunicación, este trabajo lo hace una persona en forma de consultoría y tiene las funciones de publicar en las diferentes redes sociales, página *web* y el *blog*. También se encarga de realizar las notas de las diferentes actividades de los programas, pero no son publicadas inmediatamente en algunos casos por la falta de tiempo. Adicional el encargado brinda apoyo en el uso de las herramientas tecnológicas e informáticas de la asociación.

Se detectó que en la red social *Facebook* además de la página oficial de Pop No'j hay tres páginas que pertenecen a cada uno de los programas: Mujeres Pop No'j, Juventud Pop No'j y Migración Pop No'j; en estas no se realizan publicaciones frecuentes y en algunas comparten las publicaciones de la página oficial. En esta no se sube solamente contenido propio de Pop No'j, también dan a conocer actividades de otras organizaciones afines.

El sitio *web* oficial y el *blog* de Pop No'j se encuentran desactualizados. El personal conoce poco del contenido de estos, no se ha divulgado y socializado internamente ambos sitios. Contrario a lo que la dirección desea y el encargado de la comunicación institucional que es posicionarlas como referentes de la comunicación interna y externa de Pop No'j. Por el momento no hay unión de las redes sociales con la página *web* y el *blog*.

La persona encargada en administrar las redes sociales, página *web* y *blog*, no tiene un plan estratégico que utilice como guía para realizar, crear y publicar contenido relacionado con las actividades que realiza Pop No'j.



1.20 Planteamiento del problema comunicacional

¿Cuál serán las razones por las que la comunicación interna y el clima laboral no se da seguimiento en la organización?

Respuesta hipotética: se considera que la ausencia del departamento de comunicación, así como el departamento de recursos humanos y la carga laboral amerite que no se dé el seguimiento a las actividades o nuevas modalidades para fomentar la comunicación y trabajar en equipo.

1.21 Indicadores de éxito

Durante el diagnóstico las autoridades de la asociación Pop No'j colaboraron con proporcionar a tiempo toda la información que fue requerida, siempre hubo disposición de apoyar en concretar las reuniones virtuales y presenciales, están conscientes que tienen problemas de comunicación interna y están interesados en desarrollar las propuestas para disminuir las barreras comunicacionales.

Para que el proyecto a desarrollar tenga el resultado deseado la asociación Pop No'j ha puesto a disposición los siguientes recursos:

- a. El equipo de comunicación institucional.
- b. Apoyo en el área tecnológica por el encargado de comunicación institucional.
- c. Apoyo de los coordinadores y de la administradora en relación con información y colaboración para la realización de actividades a ejecutar.
- d. Recurso económico, se evaluará el monto y el uso de este.
- e. Si hay necesidad de trasladarse al campo, la Asociación proporcionará los viáticos correspondientes.
- f. Trabajo en equipo para alcanzar los objetivos establecidos.
- g. No tienen ningún inconveniente que las reuniones y el trabajo sean en su mayoría de forma virtual, derivado a la situación del COVID-19.



- h. Se cuenta con apoyo total de parte del Doctor Juan José Hurtado Paz y Paz, director de la Asociación Pop No'j, en el tema de las coordinaciones en la ejecución de los proyectos a proponer.

1.22 Proyecto a desarrollar

Plan de comunicación organizacional para reforzar los lazos de trabajo en equipo con los colaboradores.

Durante el proceso del diagnóstico se considera que por la carga laboral del día a día no realizan pausas o actividades ajenas al tema laboral por lo es pertinente realizar una estrategia en la que todos participen o en su mayoría y trabajen en equipo.



Capítulo 2

Plan estratégico de comunicación

2.1. Plan de comunicación

El plan se debe diseñar de acuerdo al público objetivo, brindar el seguimiento y monitoreo correspondiente para obtener los resultados que se desean en cada uno de los procesos que se desarrollen. (Llanos, 2016) Por lo que atañe realizar el plan para un grupo específicamente, construirlo con base a los estudios realizados.

García Falcón (1987) citado en Martín (2011) considera que es necesario el plan estratégico de comunicación para que se introduzca en la empresa, porque representa el patrón para tomar decisiones que determinan los objetivos y metas a las que brinda en los planes de acción para el alcance de cada uno.

Contribuye a que la organización logre sus objetivos y haga realidad su misión y visión (Aljure, 2015). Lo que se busca es el aporte con lo que tenga la empresa en su plan estratégico en general.

Figura 19



Ingeniería del concepto: plan estratégico de comunicación
Fuente: (Aljure, 2015, pág. 30) Diseño: Elaboración propia.



Se le puede llamar una hoja de ruta que sirve de guía para diferentes caminos – planeados y espontáneos – que se recorrerá en el periodo preestablecido, por lo que debe considerar todas las acciones desde lo que se hará inmediato a lo remoto (Enz, Franco, & Spagnuolo, 2012). Debe haber claridad en cada uno de los puntos que se abordarán en el plan para marcar cada actividad y dar el seguimiento correspondiente.

Escenarios de planificación:

Lo organizacional:

Campo de la propia institución, considera los aspectos de la cultura organizacional y las formas de gestión, historia y tradiciones.

Lo coyuntural:

Circunstancia temporal, tiene un comienzo que puede ser identificado, pero no se puede contemplar un término como tal.

Lo estructural:

Se representa en un escenario en donde las bases ya se encuentran estipuladas; al momento de implementar la planificación ya hay códigos, leyes y reglas establecidas; por lo general estás ya responden a instituciones mayores que actúan como marco para el trabajo que hace la organización social.

En la asociación Pop No'j se implementaron diferentes herramientas y técnicas para llevar a cabo el diagnóstico y obtener los resultados de los procesos de comunicación interna, se reconoce por parte de los trabajadores y voluntarios que se debe reforzar la cultura organizacional, desde su perspectiva se manifiesta la intención de participar, se sugieren temas a desarrollar para el mejoramiento de la misma.



Basado en las respuestas de entrevistas a los coordinadores, director de la asociación y las encuestas, se pretende desarrollar un plan estratégico de comunicación interna que involucre diversas actividades en las que se fortalezca la relación entre los trabajadores, motivar y fomentar una comunicación asertiva vinculada sus actividades de una forma coherente que presente los resultados en sus labores lo más apegado a los objetivos estratégicos de la asociación.

La comunicación interna como un recurso gerencial, da a conocer y explica de igual forma los objetivos de su acción estratégica e implica a todos para el mismo fin. Se considera formular de una mejor manera las necesidades de focalización de los problemas y hacer grupos de trabajos para una participación general.

A consecuencia del COVID-19, la forma de trabajar en la asociación se realiza en dos modalidades; presencial y teletrabajo, por lo que se considera que las relaciones entre los trabajadores pueden mejorar los procesos en el trabajo y tener un mejor ambiente laboral. Así se identifican con la filosofía y practican los valores diariamente.

El autor Alejandro *Formanchuk*, experto en comunicación interna hace referencia a que el *branding* interno abarca las siguientes disciplinas: comunicación interna, *branding*, comunicación organizacional, *endomarketing*, liderazgo, imagen, cultura corporativa, capital humano y organización (Formanchuk, 2011).

El concepto creativo de la estrategia se basa en una analogía de rompecabezas, ‘Yo soy una pieza importante en Pop No’j’, de alguna manera todos como seres sociales necesitan pertenecer a un grupo en la sociedad por lo que en este caso, hacer parte a cada colaborador sin diferencias por el puesto porque todos son esenciales en el proceso de cada eje.

2.2. Misión

Fortalecer la cultura organizacional entre los colaboradores y promotores, crear espacios y mensajes para estrechar relaciones, hacer uso de medios virtuales y herramientas de interacción.



2.3. Visión

Que los colaboradores y promotores de la asociación Pop No'j trabajen en equipo y solucionen efectivamente sus barreras de comunicación.

2.4. Elementos comunicacionales

2.4.1. Comunicación

Para Shannon y Weaver (De Galicia, 2014) los elementos básicos que intervienen en proceso de comunicación son:

Emisor:

Persona con capacidad para emitir un mensaje y hace la transmisión por medio de un canal a un receptor. Debe tener la capacidad de transferir información, como: los recursos cognitivos y emocionales (Berrio- Otxoa, 2016).

Receptor:

Es la persona que recibe el mensaje, y en muchos casos también es responsable del segundo remitente. Su papel nunca ha sido pasivo, pero es creativo en varias formas: cuando el receptor decodifica, no reproducirá la idea original del remitente, sino que hace nuevamente el mensaje y agrega esta parte que le corresponde como: experiencia, conocimientos, cultura, su situación actual (Santos, 2012).

Código:

Es una colección de todos los símbolos, sigue las reglas correspondientes, permite al receptor codificar e interpretar el mensaje recibido (Berrio- Otxoa, 2016).



Mensaje:

Está definido como la información o secuencia de signos que el emisor elabora y envía al receptor a través de un canal de comunicación o medio de comunicación determinado. Para que el mensaje sea efectivo y cumpla con el objetivo de quien lo emite, debe ser transmitido sin errores.

Recordar que el mensaje también puede contener otras señales que son de igual importancia para usarlos, un ejemplo: gráficos (Santos, 2012).

Canal:

El medio por el cual se transmite un mensaje de una persona a otra. Los portadores o medios que hacen llegar los mensajes: cartas, teléfonos, transmisiones, periódicos, películas, revistas, conferencias, reuniones, etc. (Berrio- Otxoa, 2016).

2.4.2. Comunicación interna

Realiza la función de configurar y alimentar, el circuito de información y comunicación caracterizado por los siguientes flujos: de información, de materiales, de dinero, de pedidos, de fuentes y usos de producción y el *workflow* (García, 1998).

“La efectividad del proceso de la comunicación interna es importante porque las habilidades para la comunicación permiten aprovechar la amplia gama de talentos” (Llanos, 2016, pág. 45), esto se dirige a los trabajadores de la empresa, si se encuentra a gusto con lo que realiza y la forma en la que se le brinda la atención como velar por su bienestar, desarrollará mejores destrezas en su comunicación.

La comunicación interna nace principalmente para motivar al talento humano. Se requiere cambios en los trabajadores y lograr los objetivos corporativos o estratégicos de la compañía para mejorar resultados.



Las funciones de la comunicación interna son: facilitar la adaptación de objetivos, unidad de dirección, hacer posible la integración de unidades lógicas, lograr un equilibrio estructural, obtener eficacia en las conductas de tarea y relación.

“Una persona se expresa según sea su personalidad. Con una empresa sucede lo mismo, salvo que en vez de personalidad nos referimos a cultura” (Formanchuk, 2010, pág. 14). El autor hace la referencia de lo que una empresa o institución puede brindar al trabajador, si bien ya tienen un patrón, la ideología en una empresa se debería acoplar o integrar para ser parte del equipo en sociedad.

Uno de los principales objetivos de la comunicación interna es que todos estén orientados a un mismo objetivo que esté alineado totalmente a la empresa, si una parte de los trabajadores no comprende o no manifiesta interés en la misma, afectan el logro de las metas empresariales u organizacionales, que puede derivar en pérdidas, si la comunicación no llegara a ser precisa entonces provocaría inconsistencia en los procesos internos.

Una gestión eficaz de la comunicación interna como una competencia esencial requiere tres innovaciones que son: organizaciones ligeras, empleados implicados en la misión y orientación de la empresa hacia el cliente. “Ante todo sentido estratégico de los recursos humanos” (García, 1998, pág. 46).

2.4.3. Cultura organizacional

Es un recurso estratégico cuyo valor reside en asegurar la continuidad y el éxito de las empresas e instituciones, son un conjunto de normas, valores y hábitos, que comparten los trabajadores de una organización, para crear un sentido de pertenencia, es decir, identificarse con la misma; esto favorece su integración. La cultura organizacional debe mantenerse fuerte y dominante, de forma que se haya integrado y pase incluso sobre la cultura de sus empleados o que integren



las características a su propia cultura (Llanos, 2016). Por lo que la autora menciona su importancia, puesto que crea una imagen ante la sociedad y un posicionamiento en diversos grupos.

“Cultura se refiere a la forma de vida de la organización en todos sus aspectos, sus ideas, creencias, costumbres, reglas, técnicas, etc.” (Chiavenato, 2009, pág. 176). La cultura corporativa es también establecida por las normas, valores, actitudes y expectativas que comparten en general los miembros de la empresa, estos son el distintivo de las demás.

Por su lado representa las percepciones de las personas que dirigen, las que se encuentran a cargo y los trabajadores en la empresa que reflejan la mentalidad que prevalece. El sentido de pertenencia que tiene con la organización que se puede fortalecer a través de las actividades y proyectos, que tome como referencia los puntos de vista de los colaboradores para el desarrollo de su desempeño laboral.

Figura 20



El iceberg de la cultura organizacional
Fuente: (Chiavenato, 2009, pág. 178). Elaboración: Propia.



Los principales elementos de la cultura organizacional según Chiavenato son:

- a) El comportamiento diario observable; la interacción, el lenguaje, los gestos, rutinas y hábitos.
- b) Las normas o las reglas relativas a los grupos y sus comportamientos, es decir, el tiempo libre, horarios para comer o los días de vestir informal.
- c) Los valores dominantes que define una organización, ética en referencia a las personas, la calidad de productos o los bajos precios.
- d) La filosofía administrativa que guía y orienta las políticas de la organización en referencia a los trabajadores, clientes y accionistas.
- e) Las reglas del juego, es la forma de cómo funcionan las cosas, lo que debe aprender un empleado para evitar o saber enfrentar inconvenientes y que lo acepten como parte del equipo.
- f) El clima de la organización, o los sentimientos de las personas. La manera en la que interactúan entre ellos con los clientes o con las personas externas.

2.4.4. Estrategia de comunicación

Engloba un conjunto de decisiones y lineamientos principales basados en el análisis del diagnóstico que parten de todo lo investigado, para tomar decisiones y validar que es lo que se va a realizar. Para Galicia (2019, pág. 67) estrategia es la que: “Prioriza objetivos y valora la información disponible tanto sobre el contenido o entidad objeto de comunicación, como sobre los sujetos receptores de esa comunicación, así como establece decisiones tanto en materia”.

La estrategia de comunicación es el conjunto de decisiones y prioridades que se basan en el análisis, diagnóstico que define la tarea así como el modo de cumplirla por parte de las herramientas de comunicación disponibles indica Antonio Monerris en (De Galicia, 2014). Si bien se realiza una estructura de la estrategia también se deben tomar en cuenta los medios por los que se ejecutará, actualmente se da la oportunidad de hacerlo de manera virtual sin embargo se tendrá que revisar cuál será la mejor forma.



Estrategia de comunicación interna:

Contacto personal:

Su enfoque está en establecer y transmitir de forma directa y personal la comunicación a través de cualquier colaborador de la organización. Que se consideren los niveles jerárquicos debidamente capacitados para que el mensaje no se distorsione y llegue con la mayor claridad con el fin de mejorar las relaciones interpersonales.

Canales de comunicación controlados:

La comunicación interna es responsabilidad exclusiva de los departamentos que manejen las mismas, se recomienda realizar esta estrategia cuando el departamento encargado esté debidamente capacitado.

Canales de comunicación masivos:

El mensaje y las relaciones internas son administrados desde el departamento capacitado o encargado por lo que a ellos le corresponde dar el debido seguimiento.



2.5. Alcances y límites de la estrategia:

Tabla 19

Alcances	Límites
<ul style="list-style-type: none">- Se mejora la comunicación interna a raíz del proceso.- El número de colaboradores y promotores que se capacitan.- Personal administrativo en sede central y en el área de Huehuetenango.- A pesar del situación de COVID-19 se puede tener una comunicación con todos los colaboradores, técnicos de campo y voluntarios.	<ul style="list-style-type: none">- Restricciones de reuniones presenciales por aumento de casos COVID-19.- Las personas que residen en Huehuetenango o en otras áreas del país no puedan estar en las actividades programadas.- Señal débil de internet para asistir a los talleres virtuales.- No se pueda realizar la actividad en un lugar fuera de la sede de la asociación por presupuesto.

Fuente: Elaboración propia.



2.6. Metodología para la aplicación de la estrategia comunicacional

La metodología utilizada en el diagnóstico fue la investigación descriptiva, en la que su peculiaridad es realizar un informe a detalle del fenómeno que se estudió, es decir, sus características. Sin importar las causas como tal sino obtener una visión clara para comprender su origen. “Supone un elemento interpretativo del significado o importancia de lo que se describe” (Vásquez, 2006, pág. 17).

Según Vásquez sus características son: exactitud, objetividad y es cuantitativo. Así como datos de confianza e importantes, las unidades de comparación válidas, la determinación de las relaciones de tiempo, lugares y causas, se considera que es una descripción exacta y apropiada. Tiene un gran cuidado en la interpretación y en la deducción de conclusiones.

Se realizó con el enfoque mixto dado a que se requería conocer de forma superficial y se basó también en criterios estadísticos para determinar qué tipo de estrategia se plantearía de acuerdo a sus necesidades. La recopilación de información se hizo a través de la técnica de observación, entrevista, encuesta y documentación; los instrumentos fueron fichas de observación, cuestionario de entrevistas y análisis de contenido.

Para Chen (2006) citado en Hernández (2014) indica que:

Los define como la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una “fotografía” más completa del fenómeno, y señala que éstos pueden ser conjuntados de tal manera que las aproximaciones cuantitativa y cualitativa conserven sus estructuras y procedimientos originales (Pág. 534).

El diseño de plan estratégico de comunicación se basa en los resultados obtenidos de ambos estudios, se toma en consideración los puntos de vista y comentarios de 22 personas que completaron la encuesta, así como de las entrevistas con los coordinadores y el director de la asociación quienes consideran que se debe mejorar y fortalecer la comunicación interna.



El correo electrónico será un medio esencial y la aplicación de mensajería instantánea con la aplicación *WhatsApp*, para finalizar con el proceso del envío de las piezas gráficas de comunicación institucional y del boletín mensual de las actividades realizadas en el mes por cada eje o programa de la asociación.

Por la situación de COVID-19 que actualmente sigue en el país, la mayor parte de la estrategia su metodología será virtual y parte de los colaboradores, así como los promotores estarán en diversos lugares como la Ciudad capital, Chimaltenango, Huehuetenango. Los talleres para fortalecer la comunicación interna en donde se abarcarán diversos temas, así como los de cultura organizacional. La aplicación *Zoom* es un programa de *software* para realizar *videochat*. A esta plataforma se suman las reuniones de pausas activas.

Con esto se tendrá una dinámica en el que se compartirá la información y se podrán resolver consultas, así como participación e integración de lo que se requiere. Se considera el uso activo del micrófono y cámara para una mejor convivencia.

Se propone realizar una actividad de integración presencial, dado que se tendrá la oportunidad de coincidir con una fecha conmemorativa para la asociación pendiente de confirmar por la situación actual del COVID-19, en la que se podrá ejecutar en equipos para realizar diferentes dinámicas con objetivos específicos y activar el compañerismo, así como estrechar relaciones, se reconoce que lleva un proceso, sin embargo, con el plan se tomaron en cuenta varias disciplinas de comunicación interna.



2.6.1. Objetivo general y específico

Objetivo general

Potencializar la comunicación interna y la cultura organizacional en Asociación Pop No'j.

Objetivos específicos

Mejorar la comunicación interna entre colaboradores y promotores en Pop No'j.

Promover el trabajo en equipo para estrechar relaciones laborales.

Reforzar la cultura organizacional a través de la creación de canales de comunicación y mensajes en la asociación.

2.6.2. Acciones para conseguir los objetivos

Las acciones para cumplir con los objetivos se conllevarán con el acompañamiento del encargado de la unidad de comunicación de Pop No'j, la aprobación y el seguimiento de cada una.

Para mejorar la comunicación interna entre colaboradores y promotores se plantea la actividad de convivencia, por la situación de COVID-19 se realizará de forma virtual, sin embargo no se descarta que la programación sea presencial, dado a que en la asociación están en proceso de realizar un día fuera de la oficina por la conmemoración del día los Pueblos Indígenas en el mes de agosto.

En el objetivo de promover el trabajo en equipo para estrechar relaciones laborales se contemplan los talleres virtuales enfocados en el tema, como parte del mismo objetivo se tomarán en cuenta los siguientes contenidos: comunicación organizacional, comunicación asertiva, manejo de conflictos y reuniones efectivas.



En el mismo objetivo dos, se programarán las pausas activas, en las que se solicitará la autorización al director de Pop No’j para llevarlas a cabo. Ambas acciones se harán por la plataforma de *Zoom*, parte de las acciones para cumplir es el envío y aprobación de los artes gráficos digitales como invitación y la búsqueda de contenido, diagramar la presentación de cada tema y el envío posterior a todos los asistentes de la misma.

En el objetivo de crear mensajes y canales para reforzar la cultura organizacional, las acciones se orientan en la plantilla institucional, que puedan utilizar en las reuniones interna y con donantes, calendarizar el envío de un boletín mensual con las actividades que haya realizado cada programen el mes. Las piezas gráficas de comunicación institucional con los mensajes de visión, misión, los objetivos de asociación, a través de correo electrónico a todos los colaboradores, técnicos de campo y voluntarios.

2.6.3 Los indicadores para medir su cumplimiento

Los indicadores son una representación de la realidad, se utilizan en función del interés del observador, uno de los objetivos del indicador es medir la evolución por parte de una realidad sea propia de la empresa o de su entorno. Se considera que éstos son responsables de la toma de decisiones por los resultados que brinde.

Un indicador de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos en (UNODC, 2014) es un “factor o variable cuantitativa o cualitativa que proporciona un medio sencillo y fiable para medir logros, reflejar los cambios conectados a una intervención y/o ayuda a evaluar el rendimiento de un actor del desarrollo”. Los indicadores sirven para: realizar la cuantificación o calificar los cambios de la realidad a través del tiempo, brindar el seguimiento de los planes o proyectos establecidos y ejecutados.



Indicadores Cuantitativos:

Estos aportan un mayor grado de objetividad, por lo que su síntesis es mayor por el análisis que se puede obtener, si bien pueden ser percepciones dan información para tabular.

- a) Número de asistentes a reuniones.
- b) Actividades realizadas.

Indicadores Cualitativos:

Se relacionan con la calidad, que se propuso y que se logró a la institución en este caso.

- a) Formulario de preguntas plataforma *Google*.
- b) Fotografías de las reuniones realizadas.
- c) Participación de los asistentes.
- d) Observación del comportamiento de los asistentes.



2.6.4. Los instrumentos

Tabla 20

Los instrumentos		
Actividad	Instrumento	Tiempo
Actividad de convivencia	Aplicaciones de videollamadas (<i>Zoom, Google Meet</i>) Aplicación de diseño <i>Illustrator</i> Computadora Teléfono celular	Del 19 de julio al 10 de agosto (programación y ejecución)
Talleres virtuales	Aplicaciones de videollamadas (<i>Zoom, Google Meet</i>) Aplicación de diseño <i>Illustrator</i> Computadora Teléfono celular	Del 26 de julio al 10 de septiembre
Reunión virtual pausas activas	Aplicaciones de videollamadas (<i>Zoom, Google Meet</i>) Aplicación de diseño <i>Illustrator</i> Computadora Teléfono celular	Del 19 de julio al 30 de septiembre
Plantilla institucional para presentaciones	Aplicación de diseño (<i>Illustrator</i>). <i>PowerPoint</i>	Del 26 de julio al 10 de agosto (aprobación del diseño)
Piezas gráficas comunicación institucional	Aplicación de diseño <i>Illustrator</i>	Del 26 de julio al 13 de septiembre

Fuente: Elaboración propia.



2.6.5. Actividades para la operatividad de la estrategia

Tabla 21

Propuesta No. 1: Actividad de convivencia
<p>Objetivo comunicacional: Mejorar la comunicación interna entre colaboradores y promotores en Pop No'j.</p>
<p>Descripción: Realizar una actividad de forma virtual, con dinámicas para relajarse e integrarse como equipo, conocerse fuera del ambiente laboral, motivación y compartir experiencias personales de crecimiento en las que se identifiquen. La propuesta incluye el uso de la playera con el logo institucional, sin embargo, estará en aprobación de parte de asociación.</p>

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 22

Propuesta No. 2: Talleres virtuales
<p>Objetivo comunicacional: Promover el trabajo en equipo para estrechar relaciones laborales.</p>
<p>Descripción: Se realizarán tres talleres de 45 minutos de forma virtual a través de la aplicación <i>Zoom</i> o <i>Meet</i>, los temas que se abarcarán son: comunicación organizacional, comunicación asertiva, manejo de conflictos, reuniones efectivas, se toman en consideración los comentarios y sugerencias que se detectaron en el diagnóstico.</p>

Fuente: Elaboración propia.



Tabla 23

Propuesta No. 3: Reunión virtual pausas activas
<p>Objetivo comunicacional:</p> <p>Promover el trabajo en equipo para estrechar relaciones laborales.</p>
<p>Descripción:</p> <p>Se realizará una vez por semana forma virtual, la convocatoria se enviará día lunes con un arte gráfico digital como invitación, se coordinará con el encargado de la unidad de comunicación el día y hora. Para que todos los colaboradores participen, dinámica en la dejarán de lado por un momento sus labores para distraer su mente con estiramientos físicos y gimnasia mental. Esto ayudará a la pro actividad, promueve la integración, mejora la imagen corporativa y rompe con la rutina.</p>

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 24

Propuesta No. 4: Plantilla institucional para presentaciones
<p>Objetivo comunicacional:</p> <p>Reforzar la cultura organizacional a través de la creación de canales de comunicación y mensajes en la asociación.</p>
<p>Descripción:</p> <p>Diagramar la plantilla institucional para el uso en reuniones internas y externas de la asociación, por el momento no se cuenta con una oficial. Se hará un calendario para realizar un boletín mensual con las actividades que se hayan realizado en el mes de cada proyecto, se trasladará con los colaboradores, promotores y voluntarios con el fin de mantener una comunicación activa entre programas.</p>

Fuente: Elaboración propia.



Tabla 25

Propuesta No. 5: Piezas gráficas de comunicación institucional
<p>Objetivo comunicacional:</p> <p>Reforzar la cultura organizacional a través de la creación de canales de comunicación y mensajes en la asociación.</p>
<p>Descripción:</p> <p>Se enviará semanalmente una pieza gráfica digital por correo electrónico o por el medio autorizado por la asociación los mensajes serán enviados en un total de ocho semanas.</p> <p>Para colaboradores y promotores, mensajes de cultura organizacional.</p>

Fuente: Elaboración propia.

2.7. Financiamiento

Se presentará el presupuesto con las actividades a realizar para que el departamento de administración lo valide junto al director de la asociación y el encargado de comunicación, esto en el caso de talleres y playeras con el logo institucional para la actividad presencial.

La actividad de integración, piezas gráficas, plantilla de presentación institucional y materiales digitales, así como la asesoría del PEC es realizado por el estudiante de EPSL.



2.8. Presupuesto:

Tabla 26

Presupuesto			
Cantidad	Detalle	Precio unitario	Precio total
1	Servicio profesional de asesoría comunicacional	Q. 8,000.00	Q. 8,000.00
1	Actividad de convivencia (15 a 20 personas)	Q. 4,500.00	Q. 4,500.00
1	Plantilla de boletín institucional	Q. 500.00	Q. 500.00
3	Talleres virtuales (15 a 20 personas)	Q. 2,200.00	Q. 6,600.00
8	Piezas gráficas	Q. 275.00	Q. 2,200.00
4	Reuniones virtuales (15 a 20 personas)	Q. 75.00	Q. 300.00
12	Playeras con logo institucional	Q. 55.00	Q. 690.00
1	Servicio de uso computadora portátil	Q. 4,200.00	Q. 4,200.00
6	Servicio por uso de teléfono	Q. 200.00	Q. 1,200.00
1	Material didáctico actividad presencial	Q. 300.00	Q. 300.00

Fuente: Elaboración propia.



2.9. Beneficiarios

Los colaboradores de la Asociación Pop No'j serán los principales beneficiarios, la estrategia se plantea para que estrechen lazos en su comunicación interna, cultura organizacional y fortalecer cada área individual como en grupo, brindarles información y desarrollar capacidades, así como la interacción que se busca a través de las distintas actividades.

Asimismo, los voluntarios formarán parte de las capacitaciones por lo que también serán beneficiados con este plan, apoyarles en los conocimientos y familiarizarlos con aspectos que desconozcan de la cultura e integrarlos.

A los participantes de los diversos puntos a quienes se les brinda el acompañamiento a través de los proyectos de parte de la asociación, donantes y la población en general. A los estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala que puedan utilizar este plan como apoyo, el desarrollo como ejemplo y fuente de consulta.



2.10. Recursos Humanos:

Como parte del proceso para la realización de PEC, se contó con el asesoramiento y apoyo de:

Tabla 27

Recursos Humanos		
Persona	Cargo	Actividad
Dr. Juan José Hurtado Paz y Paz	Director de Asociación Pop No'j	Aprobación de actividades
Fredy Sitaví	Encargado de la unidad de comunicación Asociación Pop No'j	<ul style="list-style-type: none"> - Programar actividades con colaboradores y técnicos por calendario - Seguimiento al cronograma de reuniones - Aprobación de artes gráficos digitales
Dr. José María Torres	Coordinador EPSL	Proporciona directrices para cada fase y recomendaciones para informe
M.A. Evelin Morazán	Coordinadora EPSL	Proporciona directrices para cada fase y recomendaciones para informe
Lic. Mynor Martínez	Supervisor	Asesor de diagnóstico y estrategia de comunicación
Lic. Luis Lucero	Supervisor	Asesor de tercera fase, ejecución
Ana Beatriz Suchi Portocarrero	Estudiante de EPSL	<ul style="list-style-type: none"> - Investigación - Realización de diagnóstico, estrategia y ejecución

Fuente: Elaboración propia



2.11. Áreas Geográficas de Acción:

Sede central: 3a Avenida 0-80, Colonia Bran, Zona 3. Ciudad de Guatemala.

Sede departamento de Huehuetenango: Regiones Maya Mam y Huista.

2.12. Cuadro comparativo de la Estrategia:

Tabla 28

Cuadro comparativo de la estrategia						
Actividad o producto comunicacional	Objetivos específicos	Presupuesto	Recurso humano	Área geográfica de Impacto	Beneficiarios	Fecha de ejecución
Actividad de convivencia	Mejorar la comunicación interna entre colaboradores y promotores en Pop No'j.	Q. 4,500.00	Estudiante de EPSL	Ciudad de Guatemala	Colaboradores	09/08/2021
				Huehuetenango (Región Maya Mam y Huista)	Promotores	
Talleres virtuales	Promover el trabajo en equipo para estrechar relaciones laborales.	Q. 6,600.00	Estudiante de EPSL	Ciudad de Guatemala	Colaboradores	28/07/2021
				Huehuetenango (Región Maya Mam y Huista)	Promotores	18/08/2021 08/09/2021
Reunión virtual pausas activas	Promover el trabajo en equipo para estrechar relaciones laborales.	Q. 300.00	Estudiante de EPSL	Ciudad de Guatemala	Colaboradores	20/07/2021 03/08/2021 17/08/2021 31/08/2021 14/09/2021 28/09/2021
				Huehuetenango (Región Maya Mam y Huista)	Promotores	12/10/2021/ 26/10/2021 09/11/2021 23/11/2021 07/12/2021



Plantilla institucional para presentaciones	Reforzar la cultura organizacional a través de la creación de canales de comunicación y mensajes en la asociación.	Q. 500.00	Persona encargada en la unidad de comunicación	Ciudad de Guatemala	Colaboradores	05/08/2021 06/09/2021 06/10/2021 05/11/2021 06/11/2021
			Estudiante de EPSL	Huehuetenango (Región Maya Mam y Huista)	Promotores	
Piezas gráficas digitales de comunicación institucional	Reforzar la cultura organizacional a través de la creación de canales de comunicación y mensajes en la asociación.	Q. 2,200.00	Estudiante de EPSL	Ciudad de Guatemala	Colaboradores	26/07/2021 02/08/2021 09/08/2021 16/08/2021 23/08/2021
				Huehuetenango (Región Maya Mam y Huista)	Promotores	30/08/2021 06/09/2021 13/09/2021

Fuente: Investigación propia.



2.13 Cronograma del plan de comunicación

Tabla 29

Actividades para la operatividad de estrategia EPSL																											
No.	Actividad	Meses																									
		Meses					Julio					Agosto					Septiembre										
		Semanas					S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5						
1	Planificación actividades																										
2	Creación plantilla institucional																										
3	Solicitud aprobación plantilla institucional																										
4	Envío de plantilla institucional y boletín mensual																										
5	Convocatorias talleres																										
6	Talleres virtuales																										
7	Diseño de piezas gráficas CO																										
8	Solicitud aprobación piezas gráficas																										
9	Envío de piezas por correo electrónico																										
10	Convocatoria pausas activas																										
11	Reunión virtual pausas activas																										
12	Planificación de actividad de convivencia																										
13	Actividad de convivencia																										
14	Medición PEC																										

Fuente: Elaboración propia

Tabla 30

Actividades para la operatividad de estrategia EPSL																											
No.	Actividad	Meses																									
		Meses					Octubre					Noviembre					Diciembre										
		Semanas					S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5						
1	Creación plantilla institucional																										
2	Solicitud aprobación plantilla institucional																										
3	Envío de plantilla institucional y boletín mensual																										
4	Convocatorias talleres																										
5	Convocatoria pausas activas																										
6	Reunión virtual pausas activas																										

Fuente: Elaboración propia



Capítulo 3

Ejecución de la estrategia

3. Informe de la ejecución

3.1 Ejecución 1 Actividad de convivencia

Tabla 31

Actividad de convivencia	
Objetivo de la actividad	Mejorar la comunicación interna entre colaboradores y promotores en Pop No'j. La convivencia de forma virtual se considera un pilar en este momento debido a que por la situación actual de COVID-19 en su mayoría los colaboradores están en modalidad de teletrabajo
Medio utilizado	Aplicación Zoom
Área geográfica de impacto	Sede ciudad Sede Huehuetenango
Presupuesto en esta acción	Sin costo, estudiante de EPSL lo realizó
Comprobación del material	<p>https://drive.google.com/drive/folders/1mB4ICaFpTFFD_yc-nqW-g4t2P74zug_O?usp=sharing</p> <p>Presentación de PowerPoint</p>



Pantallazo de actividad virtual



Respaldo de ejecución

3. Comentarios o aportes a la actividad de convivencia y la estudiante de EPSL

Esta actividad es nueva desde la virtualidad y ha genera un espacio de participación activa del equipo debido a que en el surgimiento de la pandemia la comunicación se enfocó al tema laboral y se daba poco la convivencia personal.

Es una actividad muy productiva. En la asociación no se tienen esos espacios de autocuidado muy frecuente.

Felicitaciones a la estudiante, demostró profesionalismo, implementó buenas estrategias de motivación y actitud activa durante las actividades realizadas.

Muy buen ánimo al realizar la actividad

Buenas estrategias de participación para los participantes.

Fuente: Elaboración propia



3.2 Ejecución 2 Talleres virtuales

Tabla 32

Talleres virtuales	
Objetivo de la actividad	Promover el trabajo en equipo para estrechar relaciones laborales.
Medio utilizado	Aplicación <i>Zoom</i>
Área geográfica de impacto	Sede ciudad Sede Huehuetenango
Presupuesto en esta acción	Sin costo, estudiante de EPSL lo realizó
Comprobación del material	https://drive.google.com/drive/folders/151L3J_T0M8KSCtEtkqXJMS0oics0D8FG?usp=sharing
	Presentación de PowerPoint



Pantallazo de taller virtual (Comunicación organizacional)



Respaldo de ejecución

5. Comentarios o aportes al taller de comunicación organizacional.

Esta muy bueno

Excelente taller, muy ameno y profesional.

MUY BUENA ENSEÑANZA

Muy bien impartido

Exitos, continuar con esa dinámica motivacional y de respeto.

Todo bien

La comunicación organizacional aporta grandemente para obtener resultados eficientes y eficaces.

contenido completo y el desarrollo del taller de manera dinámica y con ejemplos eso facilitó la comprensión del tema.

Me pareció importante abordar el tema para mejorar los procesos de comunicación interna y externa.

Fuente: Elaboración propia



3.3 Ejecución 3 Reunión virtual pausas activas

Tabla 33

Reunión virtual pausas activas	
Objetivo de la actividad	Fomentar el trabajo en equipo para estrechar relaciones laborales.
Medio utilizado	Aplicación <i>Zoom</i>
Área geográfica de impacto	Sede ciudad Sede Huehuetenango
Presupuesto en esta acción	Sin costo, estudiante de EPSL lo realizó
Comprobación del material	<p>https://drive.google.com/drive/folders/1s1Om707nuvHRnPMmzoSTlryaelvaUOma?usp=sharing</p> <p>Presentación de PowerPoint y correo electrónico con pieza gráfica digital como invitación</p>



Pantallazo de reunión pausa activa



Respaldo de ejecución

5. Comentarios o sugerencias de la reunión de pausa activa.

La Actividad Pausa Activa nos ayuda un momento de relajación y ejercicios, que sea un poco más de tiempo para los ejercicios. Y por los menos de 2 veces por semana

Durante esta actividad nos ayuda a relajarnos tanto en lo emocional y físico, es muy importante las actividades de autocuidado y seguir practicando en casa y así mismo con las personas donde laboramos

Que la institución brinde más espacios como este.

Muy atinado en horario y días. Viernes un día muy agitado y cargado de cosas para cerrar la semana, estas pequeñas actividades nos genera un espacio para relajarnos en medio de tanta carga laboral, recordándonos el cuidado del cuerpo y mantener las relaciones entre compañeros de trabajo.

Felicidades que motivador

Para que quede institucionalizado, establecida como una práctica regular, habría que hacer un programa y considerar algo desde la energía del día (navales)

Es muy interesante, nos ayuda a desestresar.

Fuente: Elaboración propia



3.4 Ejecución 4 Plantilla institucional

Tabla 34

Plantilla institucional para presentaciones	
Objetivo de la actividad	Crear mensajes y canales para reforzar la cultura organizacional en Asociación Pop No'j.
Medio utilizado	Aplicación <i>PowerPoint</i> Correo electrónico
Área geográfica de impacto	Sede ciudad Sede Huehuetenango
Presupuesto en esta acción	Sin costo, estudiante de EPSL lo realizó
Comprobación del material	<p>https://drive.google.com/drive/folders/11K7ibW422r9lrRT_TdFtaIMU7qrDwrpZ?usp=sharing</p> <p>Plantilla y correo electrónico de respaldo</p>

Fuente: Elaboración propia



3.5 Ejecución 5 Piezas gráficas de comunicación institucional

Tabla 35

Piezas gráficas de comunicación institucional	
Objetivo de la actividad	Posicionar mensajes y canales para reforzar la cultura organizacional en Asociación Pop No'j.
Medio utilizado	Correo electrónico
Área geográfica de impacto	Sede ciudad Sede Huehuetenango
Presupuesto en esta acción	Sin costo, estudiante de EPSL lo realizó
Comprobación del material	<p>https://drive.google.com/drive/folders/1VzXPzSQzvaRM_k6KjG3va-R3lDW6bnfV?usp=sharing</p> <p>Pieza gráfica digital</p> <p><i>"Yo soy una pieza importante en Pop No'j"</i></p> <p>¿Quiénes somos?</p> <p>Somos una Asociación civil no lucrativa, no partidista, que promueve la reflexión, análisis, investigación, intercambio y aprendizajes.</p> <p>Facilitamos y acompañamos procesos de organización, formación, promoción y participación del pueblo Maya para la construcción del «Buen Vivir» en Guatemala.</p> <p>Fuente: https://www.asociacionpopnoj.org/</p> <p>Asociación Pop No'j</p>

Fuente: Elaboración propia



3.6 Actividades y calendarización

Tabla 36

Cronograma EPSL 2021																										
No.	Actividad	Meses																								
		enero					febrero					marzo					abril									
		S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5					
1	Reunión informativa EPSL 2021																									
2	Conferencia primera fase (diagnóstico)																									
3	Elaboración y entrega de informe fase propedeútica																									
4	Proceso de inscripción y recepción de expediente EPSL 2021																									
5	Elaboración, investigación de campo y bibliográfica de primera fase Diagnóstico comunicacional (entrega)																									

Fuente: Elaboración propia



Tabla 37

Cronograma EPSL 2021																					
No.	Actividad	Meses																			
		mayo					junio					julio					agosto				
		S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5
1	Proceso de inscripción y recepción de expediente EPSL 2021	■	■																		
2	Conferencia y entrega de guía segunda fase Plan Estratégico de Comunicación		■																		
3	Elaboración y entrega de Plan estratégico de comunicación			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■							
4	Reunión virtual de supervisión con asociación Pop No'j											■									
5	Planificación actividades											■	■								
6	Ejecución de Plan estratégico, revisión y entrega de informe (tercera fase)											■	■	■	■	■	■	■	■	■	
7	Diseño de piezas gráficas CO												■	■							
8	Planificación de actividad de convivencia (Reunión virtual)													■	■						
9	Conferencia tercera fase Ejecución Plan Estratégico de Comunicación														■						
10	Convocatoria de talleres y pausas activas															■		■			
11	Solicitud aprobación piezas gráficas																■				
12	Reunión virtual pausas activas																■	■	■	■	
13	Medición PEC																■	■	■	■	
14	Talleres virtuales																■		■		
15	Creación plantilla institucional																	■		■	
16	Solicitud aprobación plantilla institucional																	■		■	
17	Envío de plantilla institucional y boletín mensual																	■			
18	Actividad de convivencia																		■		
19	Envío de piezas por correo electrónico																	■	■	■	
20	Recepción y revisión informe final																			■	

Fuente: Elaboración propia



Tabla 38

Cronograma EPSL 2021																						
No.	Actividad	Meses	Meses																			
			septiembre					octubre					noviembre					diciembre				
	Semanas	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	
1	Convocatoria de talleres y pausas activas																					
2	Reunión virtual pausas activas																					
3	Medición PEC																					
4	Talleres virtuales																					
5	Creación plantilla institucional																					
6	Solicitud aprobación plantilla institucional																					
7	Envío de plantilla institucional y boletín mensual																					
8	Actividad de convivencia																					
9	Envío de piezas por correo electrónico																					
10	Recepción y revisión informe final																					
11	Evaluación de informe y presentación																					
12	Impresión final de informe																					
13	Finalización de EPSL 2021 entrega de notas, control académico.																					

Fuente: Elaboración propia



Conclusiones

Como resultado de la investigación y la información que se obtuvo, la eficiencia de la comunicación interna y cultura organizacional se debe reforzar, es un proceso que se llevó a cabo de forma directa con los colaboradores y promotores, con el fin de solventar los hallazgos del diagnóstico y de la investigación realizada.

Para potencializar la comunicación interna se requirió implementar mensajes y talleres virtuales, los colaboradores dejaron ven su ánimo y disposición para participar. Debido a que en el día a día la asociación no tiene estos espacios según se observó al inicio del EPSL por lo que en este tiempo tuvieron la oportunidad de identificarse como equipo y con Pop No'j.

La retroalimentación que se logró trabajar por medio de campaña interna y el eslogan “Yo soy una pieza importante en Pop No'j” utilizado en todas las piezas gráficas y presentaciones que se destacó aún más en la actividad del envío semanal. Los talleres de comunicación interna realizados se consideraron efectivos y de utilidad.

Las herramientas brindadas como la presentación institucional con el fin de tener la imagen con las otras empresas y población en general en caso de conferencias virtuales por el momento o presenciales y para el traslado de las actividades hechas por cada programa mes a mes. Así como una guía práctica para las pausas activas que se consideran útiles en las empresas para liberar estrés y despejar la mente por unos momentos brinda seguridad a la persona desempeñando de mejor forma sus labores.

Esta fue una forma de promover el trabajo en equipo. En el estudio hicieron mención de la importancia de actividades por lo que de esta contribución se brindó para tener una convivencia por unos minutos fuera de los temas en relación a proyectos y el beneficio individual que cada uno tuvo.



Recomendaciones

Continuar con las actividades de convivencia trimestralmente, con dinámicas creativas que motiven a los colaboradores, promotores y voluntarios para que estén en constante mejora de su comunicación interna, como equipo de una asociación que atiende a personas en una situación vulnerable se considera que su relación debe ser estrecha para tomar decisiones unánimes.

Evaluar el contenido de talleres de comunicación entre coordinadores con el director, realizarlos bimestralmente con temas de interés para la asociación, relevante para la cotidianidad y práctico debido a la agenda ocupada, seguir adquiriendo conocimientos para llevarlos a la práctica entre ellos.

Coordinar con los colaboradores y promotores la asignación de una pausa activa semanal, un anfitrión por mes o como lo consideren para mantener la interacción así tomarse los minutos como parte de la cultura organizacional, al mismo tiempo estrechar relaciones.

Establecer el uso de la plantilla institucional para las presentaciones futuras y en los boletines mensuales para que mantener el diseño y los colores oficiales, así la información de lo que realiza cada proyecto será un documento en el que todos puedes apoyarse y compartir.

Enviar artes con temas de cultura organizacional para recordar las bases y el trabajo que se realiza tanto en campo con los participantes y en el área administrativa, de manera mensual vía correo electrónico o el medio de comunicación de su elección para ser más ágil.



Referencias

- Alice, G. (1990). *Análisis de la comunicación interna de dos empresas de Guatemala*. Guatemala, Guatemala: Universidad Francisco Marroquín .
- Aljure, A. (2015). *El plan estratégico de comunicación*. Barcelona: Editorial UOC.
- Asociación Pop No'j . (s.f.). *Asociación Pop No'j* . Obtenido de <https://www.asociacionpopnoj.org/>
- Asociación Pop No'j. (2014). *Plan Estratégico*. Guatemala.
- Asociación Pop No'j. (2021). *Guía rápida de uso de imagen*. Guatemala.
- Baccin, C. (2001). *Diagnóstico de Comunicación desafíos de "venir entre"* . Bogotá, Colombia : Universidad Javeriana .
- Bermúdez, C. (2017). *La Comunicación Interna en las organizaciones* . Barcelona , España: ICADE Business School .
- Bloom, B. (1956). *Taxonomía de Bloom*. Universidad de Chicago .
- Bruno, D. (1990). *El diagnóstico de Comunicación* . Universidad Nacional de La Plata.
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del Talento Humano*. México: McGraw Hill .
- Cifuentes, R. M. (2011). *Diseño de proyectos de investigación cualitativa*. Buenos Aires: Centro de publicaciones Educativas y Material Didáctico.
- Cohen, N. y. (2019). *Metodología de la investigación ¿para qué?* . Buenos Aires : Teseo.
- Cortés-Landázury, R. (2010). *Del mass media, la comunicación y el desarrollo*. Cauca, Colombia
- De Galicia, X. (4 de Junio de 2014). *Como elaborar el plan de comunicación*. Obtenido de https://issuu.com/atorresviteri/docs/manuales_practicos_de_la_pyme__como_13a74341fed07d



- Enz, A., Franco, V., & Spagnuolo, V. (2012). *Manual de comunicación para organizaciones sociales: hacia una gestión estratégica y participativa*. Buenos Aires: Comunia Asociación Civil.
- Fajardo, G. y. (2016). *Relaciones públicas y comunicación organizacional*. Bogotá : Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano .
- Formanchuk, A. (2010). *Comunicación interna un desafío cultural*. Buenos Aires: Edición Formanchuk & Asociados.
- Formanchuk, A. (2011). *Branding interno, una trama inteligente*. Buenos Aires: Edición Formanchuk & Asociados, 2011.
- Formanchuk, A. (1 de Febrero de 2015). *cuc.ac.cr*. Obtenido de <https://www.cuc.ac.cr/userfiles/files/BLOG/60%2525%20DE%20LOS%20PROBLEMAS%20EN%20UNA%20EMPRESA%20SON%20POR%20MALA%20COMUNICACION%20CC%81N.pdf>
- García, J. J. (1998). *La comunicación interna*. España: Publidisa.
- Hernández-Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. Distrito Federal, México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Llanos, M. P. (2016). *La Cultura Organizacional - Eje de acción de la gestión humana*. Samborondón: Universidad ECOTEC.
- López H., R. (octubre de 2009). Monografía de la Región Huista. *Monografía de la Región Huista*. Guatemala, Guatemala, Guatemala.
- López, H. R. (2009). *Movimiento Tzuk Kim-Pop*. Guatemala: Issuu.
- Monje Álvarez, C. A. (2011). *Metodología de la Investigación Cuantitativa y Cualitativa* . Neiva, Colombia : Universidad Surcolombiana.



- Ponce, T. H. (Septiembre de 2006). La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales. *La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales*. Obtenido de <https://www.eumed.net/ce/>
- Prieto, D. (1996). *Diagnóstico de Comunicación Mensajes, instituciones, comunidades*. . Quito: Belén.
- Sarli, R. R., González, S. I., & Ayres, N. (2015). *Necesaria, Análisis Foda. Una Heramienta*. Mendoza: FACULTAD DE ODONTOLOGÍA UNCuyo. Obtenido de https://videlarivero.bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/7320/sarlirfo-912015.pdf
- UNODC. (Enero de 2014). *Metodología para el Seguimiento y Evaluación de políticas, planes y proyectos públicos*. Obtenido de Oficina de la Naciones Unidas contra la Droga y el Delito: https://www.unodc.org/documents/colombia/2014/Marzo/3._INDICADORES_PPT_WEB_PDF_1.pdf
- Vásquez, R. R. (2006). *Métodos de Investigación Social*. Guatemala: Ediciones Educativas.



E-grafías

1. <https://www.asociacionpopnoj.org/>
2. <https://issuu.com/mvtek/docs/regionhuista>
3. <https://www.gomundomaya.com/folio/cosmovision/>
4. http://biblioteca.usac.edu.gt/EPS/16/16_0176.pdf
5. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662010000100003
<https://www.ubiobio.cl/mcc/glosario.html#:~:text=Identidad%20Conceptual%3A,campo%20en%20el%20que%20act%C3%BAa>
6. <https://www.analisisfoda.com/>
7. <https://www.marketing-xxi.com/la-comunicacion-interna-119.htm>
8. <https://marianavajas.com/guia-plan-comunicacion-interna-exitoso/>
9. <https://www.rekursoshumanos.tv/2019/03/25/importancia-de-la-cultura-organizacional/>
10. <https://www.ejemplos.co/ejemplos-de-trabajo-en-equipo/>
11. <https://marianavajas.com/guia-plan-comunicacion-interna-exitoso/>
12. <https://blog.hubspot.es/service/dinamicas-integracion-laboral>
13. <https://www.eoi.es/blogs/lorenaltagraciamarcos/2012/02/27/la-cultura-organizacional/>
14. <https://brendamarreropr.com/25-estupendas-ideas-para-lograr-el-compromiso-del-empleado-y-mejorar-la-cultura-corporativa/>



Anexos

Bitácora de observación

Asociación Pop No'j

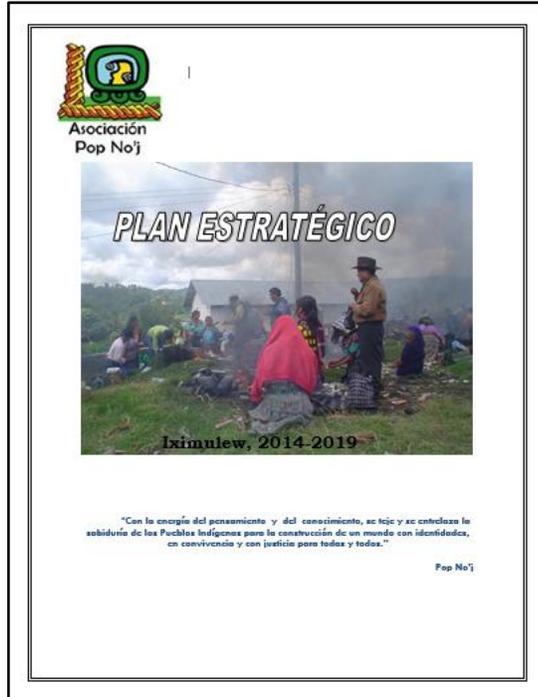
General	Comentario
Dirección:	3a Avenida 0-80, Colonia Bran, Zona 3, Ciudad de Guatemala
Teléfono:	2238 0905 y 2251 5716
Sitio web:	https://www.asociacionpopnoj.org/
Redes sociales:	<i>Facebook</i> :@asociacionpopnoj
	<i>Instagram</i> :@pop_noj
	<i>Twitter</i> :@PopNoj
	<i>Youtube</i> : asociacionpopnoj
	<i>Issu</i> : Asociación Pop No'j
¿A qué se dedica?	Es una asociación civil no lucrativa, no partidista, que promueve la reflexión, análisis, investigación, intercambio y aprendizajes.
¿Tiene Misión?	Si
¿Tiene Visión?	Si
¿Tiene Filosofía?	Si
¿Cuáles son los Objetivos?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fortalecer capacidades políticas y técnicas en los sujetos y sujetas como actores estratégicos en la defensa y la construcción del Buen Vivir. 2. 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. 3. Promover la información, la sensibilización, formación y acción sobre la reivindicación de los Derechos de los Pueblos Indígenas y el qué hacer de Pop No'j, a lo interno y externo. 4. Fortalecer Conceptual, política, técnica, tecnológica, administrativa y financieramente a la Asociación Pop No'j y su personal, para una proyección eficaz y eficiente.



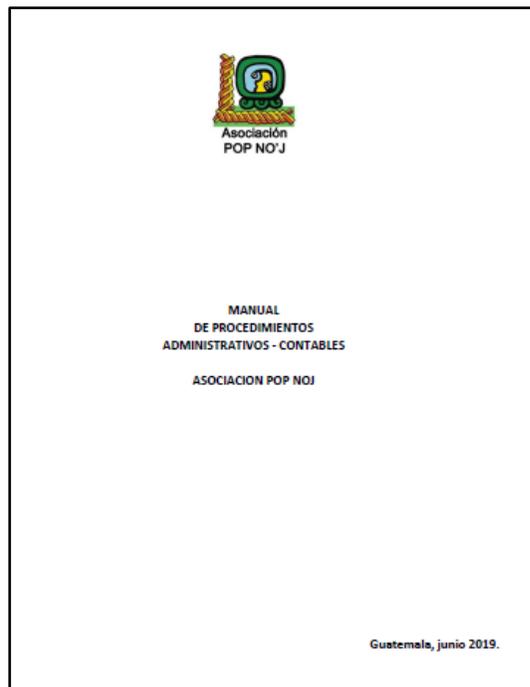
¿Posee estrategia de comunicación?	No
¿Tiene público objetivo?	Si
¿Tiene manual de comunicación?	No
¿Tiene organigrama?	Si
Laboral	
Departamento de Comunicación	No, pero cuentan con una persona encarga de la Comunicación Institucional
Departamento de Recursos Humanos	No
Interno	
Sala de reuniones:	No
Salón de actividades:	No
Espacio adecuado para cada colaborador:	No
Correo institucional:	Si
Teléfono corporativo:	Los coordinadores y técnicos de campo
Trabajo en casa:	Parcial
Trabajo presencial:	Parcial
¿Utilizan uniforme?	No
¿Utilizan gafete?	Sí, pero no todos lo usan de una forma visible



Plan estratégico 2012-2019



Manual de procedimientos Administrativos-Contables





Guía rápida de uso de imagen



**Asociación
Pop No'j**

Guía rápida de uso de imagen

www.asociacionpopnoj.org

Para apoyo comuníquese a fredy@asociacionpopnoj.org

OBJETIVO DE ESTE DOCUMENTO

Ser un marco orientador en la línea
gráfica y la producción de
materiales virtuales y físicos.

Asociación Pop No'j

Somos una Asociación civil no lucrativa, no partidista, que promueve
la reflexión, análisis, investigación, intercambio y aprendizajes.

Facilitamos y acompañamos procesos de organización, formación,
promoción y participación del pueblo Maya para la construcción del
"Buen Vivir" en Guatemala.



Informe de alcance noviembre 2020

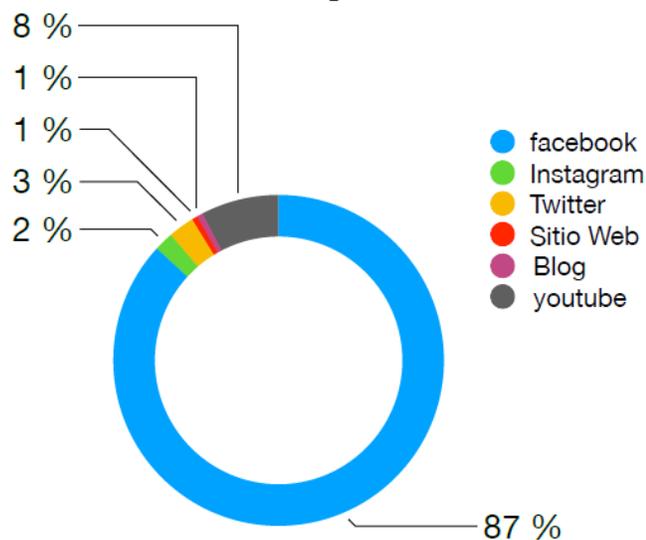


**Asociación
Pop No'j**

Informe de alcance Noviembre 2020

Medios Sociales
Unidad de Comunicación

Distribución por Medios





Memoria de labores 2020





Modelo de Entrevista No Estructurada, Director Asociación - Dr. Juan José Hurtado Paz y Paz



Entrevista No Estructurada

Preguntas entrevista Doctor Juan José Hurtado Paz y Paz (director Pop No'j)

1. ¿Considera esencial la identidad corporativa en la asociación?
2. ¿Cuáles son los manuales existentes en la asociación?
3. Usted puede explicar cómo funciona el organigrama de la asociación.
4. ¿Porque no se ha creado un departamento de comunicación? Entendemos que se contrata el servicio de una asesoría, ¿a qué se debe esta situación?
5. Usted nos puede dar una reseña de cómo era la comunicación interna antes de la pandemia COVID-19 y como se ha desarrollado durante la misma.
6. ¿Qué herramientas de comunicación utiliza con los colaboradores en Huehuetenango? (entiéndase capacitaciones y reuniones)
7. ¿Cree usted que la comunicación interna es fluida entre el personal administrativo y los tres programas que forman parte de la asociación?
8. Cuando implementaron las redes sociales de la asociación ¿Cuál fue el propósito y el público objetivo de cada red social?
9. ¿Cómo se ejecuta la ayuda de los donantes y cuál es la estrategia para obtener alianzas con nuevos aliados y mantener proyectos con los actuales?
10. ¿Qué acciones realizan para posicionar a la asociación Pop No'j como un referente en los temas de migración, juventud y mujeres?



Modelo de Entrevista No Estructurada, Sorayda Cajas – Coordinadora Administrativa



Entrevista No Estructurada

Preguntas entrevista a Sorayda Cajas, Coordinadora Administrativa

1. ¿Nos puede comentar las funciones principales de su puesto?
2. ¿Qué personas están bajo su cargo?
3. ¿En el tiempo que tiene de laborar en la asociación, nos puede comentar cuál es su percepción de la comunicación entre el personal?
4. ¿Considera que el personal de Pop No'j maneja correctamente el uso de las diferentes herramientas digitales de comunicación?
5. ¿En qué área considera necesario capacitar al personal de Pop No'j?
6. ¿En qué tipos de trámites administrativos hacen uso de hojas membretadas (papelería oficial)?
7. ¿Nos puede compartir su opinión del contenido de las diferentes redes sociales de la asociación?
8. ¿Usted tiene conocimiento del valor de la pauta que paga la asociación en relación a la publicidad en redes sociales, spot radiales y televisivos?



Modelo de encuesta realizada a los colaboradores de la Asociación Pop No'j

(Realizada por *Google forms*)



Preguntas de encuesta realizada a los colaboradores de la Asociación Pop No'j
(Realizada por *Google forms*)

1. Género
2. Edad
3. Años de laborar en la institución
4. Grado de escolaridad
5. ¿Conoce la historia de la Asociación Pop No'j?
6. ¿Conoce la misión de la Asociación Pop No'j?
7. ¿Conoce la visión de la Asociación Pop No'j?
8. ¿Conoce los objetivos de la Asociación Pop No'j?
9. ¿Conoce los valores de Pop No'j?
10. ¿Se identifica con la filosofía de la Asociación Pop No'j?
11. ¿Conoce el significado del logotipo de la Asociación Pop No'j?
12. ¿Considera que la comunicación con sus compañeros de trabajo afecta el clima laboral?
13. De uno a cinco, ¿Cómo calificaría la comunicación con sus compañeros de trabajo?
Cinco es lo máximo y uno lo mínimo.
14. De uno a cinco, ¿Cómo cree que es la comunicación entre jefes y colaboradores? Cinco es lo máximo y uno lo mínimo.
15. ¿Considera que se puede mejorar el proceso de comunicación interna?
16. ¿Qué acciones le gustaría que realizaran para mejorar el clima laboral de la asociación?



Cotizaciones de referencia: Actividad de integración INTRALL

Guatemala, 8 de julio 2021

Licenciada
Ana Beatriz Suchi
Desarrollo Humano
Presente

Estimada Licenciada Suchi:

De acuerdo con su solicitud y con la finalidad de ayudar a reforzar la importancia de la integración y del compromiso de cada miembro del Equipo, nuestra firma les propone el Taller:

DESARROLLO DE EQUIPOS
OUTDOOR TRAINING

Del cual le estamos adjuntando el temario, objetivo y metodología, que desarrollaremos durante el taller.

Quedamos a la espera de su confirmación para definir los detalles que esta clase de programas requieren.

Atentamente,

Claudia Vela
Coordinadora Comercial
Tel. 53082140
cvela@itrall.com



Formato

Live Streaming

Es un taller interactivo, donde el instructor transmite en vivo y se realizan actividades que refuerzan los conocimientos elegidos y brindan feedback en tiempo real.

Está ambientado con música y efectos de sonido para contribuir para a la atmósfera dinámica del taller.





Objetivo

Brindar herramientas a los colaboradores para que identifiquen y modelen conductas productivas en relación a la Integración y Trabajo en Equipo, la Unidad y el Compromiso con el Resultado, en los nuevos entornos y puedan así construir equipos de alto desempeño que permitan el logro de los objetivos propuestos.



Participantes: 25 personas
Formato: Presencial
Duración: 4 horas
Fecha: Pendiente Confirmación
Horario: Pendiente Confirmación

Inversión

Descripción	Inversión
Conducción de 1 taller de 4 horas de formación, para un equipo de 32 personas aproximadamente. Atendido por 1 Instructor.	Q5,964.00
IVA	Q715.68
Total	Q6,679.68



Cotizaciones de referencia: Actividad de integración BALAMBE







La Antigua Guatemala, 7 de julio 2021

Srita.
Ana Beatriz Suchi
POP NO'j
Guatemala

AA580-080721

Estimada Ana Beatriz:

Me permito presentar opciones para realizar un “Taller Virtual de Integración de Equipos de Trabajo” con el fin de fortalecer las relaciones, la comunicación y motivar a los equipos “POP NO’J”.

Nuestro método de capacitación se basa en las ventajas educativas derivadas de la Educación Experiencial, las cuales han demostrado científicamente tener un alto efecto transformador en las personas, de una manera profunda y a largo plazo.

La presente propuesta está basada en la información que se nos proporcionó y está sujeta a cambios que favorezcan el logro de los objetivos del proyecto.

Actividad	TALLER DE TRABAJO EN EQUIPO EN LÍNEA	
Tipo de Taller	Café Virtual	Mini Caps Recomendado
Fecha	Pendiente	Pendiente
Horario	1 hora de duración	1:45 hora de duración
Cantidad de Talleres	1	1
Participantes	25	
Relación facilitadores x participante, máxima	2:20	2:20
Reflexión por actividad (depende del tiempo disponible)	NO	SI
Acompañamiento por Capacitador Internacional Certificado ICC	NO	SI
Evaluación del taller por parte de los participantes	SI	SI
Grabación video de talleres (ZOOM)	SI	SI
Inversión con IVA	Q.2,200	Q. 2,900
Descripción	Taller virtual interactivo, por medio de plataforma ZOOM con actividades de integración orientadas a cumplir objetivos comportamentales indicados por el cliente. Incluirán dinámicas entre todos los participantes, así como en equipos pequeños (breakrooms). Los talleres girarán sobre una temática elegida por el cliente. Los contenidos de algunas dinámicas se pueden personalizar.	
Objetivos y Contenido	Integración y sensibilización de los colaboradores	Integración y sensibilización de los colaboradores Escoger uno de los dos: <ul style="list-style-type: none"> • Liderando el equipo • Cultura de Trabajo en Equipo • El Nuevo Normal • El Reto Personal
Condiciones de pago	100% por adelantado	
Validez de la propuesta	15 días	



TALLERES EN LINEA



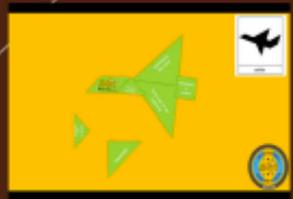
Check In:
Los talleres inician con una actividad de reflexión personal y de grupo para romper el hielo y promover seguridad psicológica

Diseñados para su puesta en práctica, según el método de debriefing BalamBe´ (Experiencia-Reflexión-Conceptualización-Planeación)



Competencias y colaboración:
Búsquedas del tesoro, cuestionarios para competir entre equipos distribuidos en "breakrooms"

Actividades personalizadas:
Tangrams, crucigramas, rompecabezas, busca palabras, etc., según los objetivos del taller.





Cotización de referencia: Playeras con logo institucional

 Cotización Espacio Diferente					
Fecha: 07/07/2021		Medio: WhatsApp		Asesora: Tephy	
No.	Descripción	Cantidad	Precio Unidad	Precio c/u a partir de 6	Precio c/u a partir de 12
1	Playera Poli Algodón diseño a elección.		Q.80.00	Q.65.00	Q.55.00
2					
3					
4					
5					
6					
7					
Notas: El Subtotal está basado en la suma de 12 playeras.					
				Subtotal	Q.660.00
				Otros	
				Envío	Q. 30.00
				Total a Pagar	Q.690.00





OPCIÓN 3
ESPALDA



OPCIÓN 2





Cotización de referencia: Material gráfico

Guatemala, 09 de julio de 2021

ASOCIACIÓN POP NO'J

8 Piezas Gráficas de Comunicación Institucional

- Diseño Gráfico / Creatividad
- Diseño, conceptualización y diagramación
- Tres sesiones de cambios
- Artes finales editables digitales (HD)

Q2,200.00
DOS MIL DOSCIENTOS QUETZALES EXACTOS

- IVA no incluido
- Cotización válida por 20 días.
- Imágenes para piezas gráficas de Shutterstock
- Forma de pago 50% anticipo, 50% a la entrega del proyecto.

ADN GUATE
FB.COM/ADNGUATE
13 CALLE 1-10 EDIFICIO DUBAI CENTER PRIMER NIVEL
07-1027

Cotización: Producción Audiovisual

Pablo Morales
Locutor, editor y productor audiovisual
Academico.logoschex@gmail.com

N.º DE FACTURA:XXX
FECHA:07/07/2021
FECHA DE EXPIRACIÓN: N/A

PARA: Ana Beatriz Suchi - Asociación Pop No'j

VENDEDOR	TRABAJO	CONDICIONES DE PAGO	FECHA DE VENCIMIENTO
Ana Beatriz Suchi	Diseño Gráfico (Web)	N/A	N/A

CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO POR UNIDAD	TOTAL DE LA LINEA
8	Servicios de artes, diseño gráfico, adaptado a web para mailings de comunicación interna. Diseños incluye 2 propuestas con opción a 2 cambios cada una	Q250.00	Q.2,000.00
	SUBTOTAL		Q.2,000.00
	EXTRAS		..
	TOTAL		Q.2,000.00

Presupuesto elaborado por: Pablo Morales

Para aceptar este presupuesto, firme aquí y envíelo de vuelta: _____

¡GRACIAS POR SU CONFIANZA!



Presentación de diagnóstico y plan de comunicación interna Asociación Pop No'j, reunión virtual por Google Meet

02/07/2021

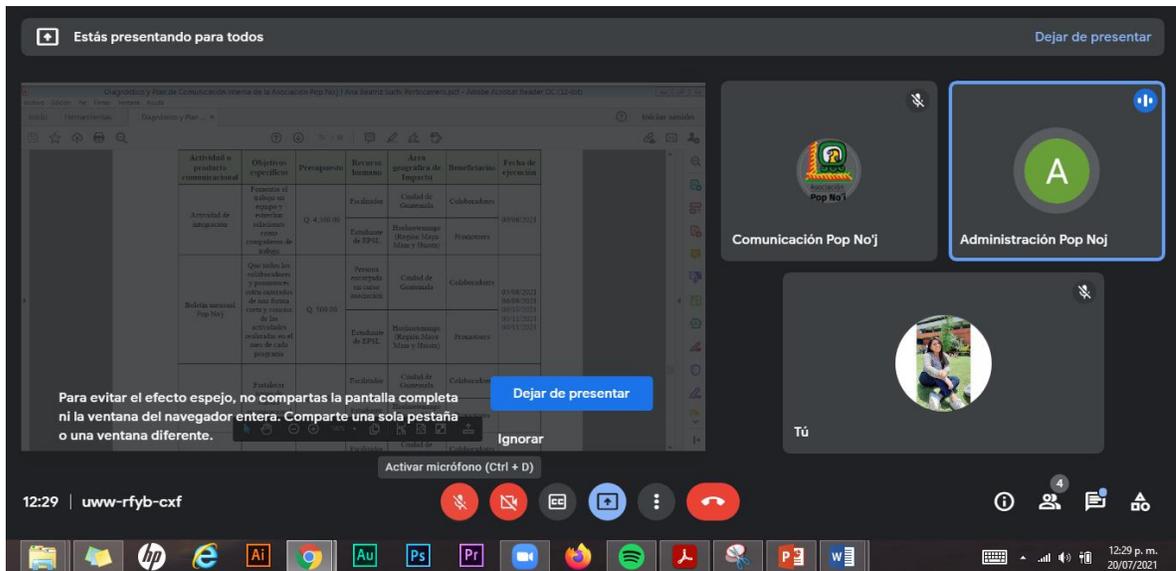


Presentación de PowerPoint





Reunión virtual por *Google Meet* para validar costo de playeras 20/07/2021

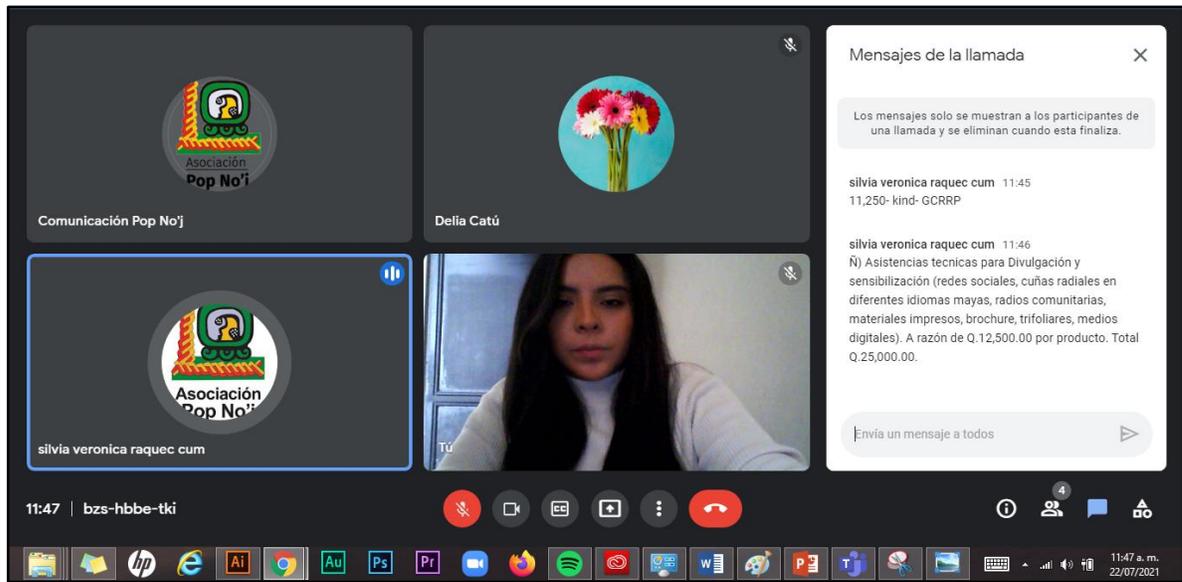


Revisar cotizaciones chalecos institucionales y playeras (Solicitan apoyo para la búsqueda de proveedores) 22/07/2021





Reunión virtual por *Google Meet*, presentación de cotizaciones



Presentación de *PowerPoint* con las cotizaciones y prototipos





Correos de respaldo y seguimiento

31/7/2021 Gmail - Chalecos Multibolsillos

Ana Beatriz Suchi Portocarrero <absuchi@gmail.com>

Chalecos Multibolsillos
4 mensajes

silvestre pacheco del cid <modaspacheco63@gmail.com> 21 de julio de 2021, 13:49
Para: absuchi@gmail.com, sergio orlando pacheco gomez <sergioorlandopachecogomez14@gmail.com>

Buenas tardes, adjunto envío cotización de chalecos multibolsillos y también el diseño digital de cómo podrían quedar, puede hacerles cambios como color o los aspectos que usted quiera cualquier duda estoy a la orden...



Saludos.....

co_136.pdf
7K

https://mail.google.com/mail/u/0/?ui=4747829565view=pt&asenci=wl&perm=ic&th=ms-Pk3A17056251300595649748&siml=msg-Pk3A17056251300...

31/7/2021 Gmail - Chalecos Multibolsillos

Saludos.....



Chaleco Multibolsillo

- 1 Bolsillo Grande con tapadera
- 2 Bolsillo grande sin tapadera
- 3 Logo Bordado
- 4 Bolsillo trasparente o porta gafete
- 5 Reflectivo

D'PACHECO
ATA COSTURERA

(El texto citado está oculto)

2 adjuntos



Chaleco Multibolsilloti.jpg
4110K

co_136.pdf
7K

31/7/2021 Gmail - Solicitud de chalecos | Asociación Pop No'j

Ana Beatriz Suchi Portocarrero <absuchi@gmail.com>

Solicitud de chalecos | Asociación Pop No'j
5 mensajes

Ana Beatriz <absuchi@gmail.com> 27 de julio de 2021, 11:30
Para: sergioorlandopachecogomez14@gmail.com, silvestre pacheco del cid <modaspacheco63@gmail.com>
Cc: della@asociacionpopnoj.org, estefani@asociacionpopnoj.org, info@asociacionpopnoj.org, silvia@asociacionpopnoj.org, Comunicación Pop No'j <fredy@asociacionpopnoj.org>

Buenos días Señores Modas Pacheco,
Según lo conversado con Sergio, agradeceré se pueda iniciar con la confección de 14 chalecos, la transferencia será realizada a más tardar el día viernes 30/07 para tenerlos el día 05/08 por lo que solicitamos nos puedan trasladar la factura por este medio acá los datos:

Datos de facturación:
Nombre: Asociación Pop No'j
Nit: 6186650-4
Dirección: Ciudad

Adjunto datos para la confección:
- Diseño
- Texto "Las niñas y niños migrantes tienen derechos estén donde estén."
- Cantidad por talla

Talla	Cantidad
S	4
M	9
L	1

Quedo a la orden por cualquier duda o comentario.

Muchas gracias por su atención.
Saludos cordiales.



Pieza gráfica digital para la actividad de convivencia y correo electrónico de respaldo

Reunión virtual de convivencia

Tendremos un tiempo para compartir fuera de la rutina del día día, preparate con la mejor actitud y ánimo.

Anfitrión: Ana Beatriz Suchi - 10 de septiembre 2:15 PM

Link será trasladado previo a reunión
Gracias por su participación

Asociación Pop No'j

"Yo soy una pieza importante en Pop No'j"

Actividad de convivencia | | EPSL Ana Beatriz Suchi >

Ana Beatriz <absuchi@gmail.com> para Comunicación

mié, 8 sept 23:10 (hace 8 días) ☆ ↶ ⋮

Buenos días estimado Fredy, un gusto saludarle.
Adjunto arte de la actividad para la asociación Pop No'j programa para el día viernes, como seguimiento a las actividades de mi plan estratégico de comunicación.

Quedo a la espera de sus comentarios,

Saludos cordiales.

Ana Beatriz Suchi



Fotografías de reunión por Zoom





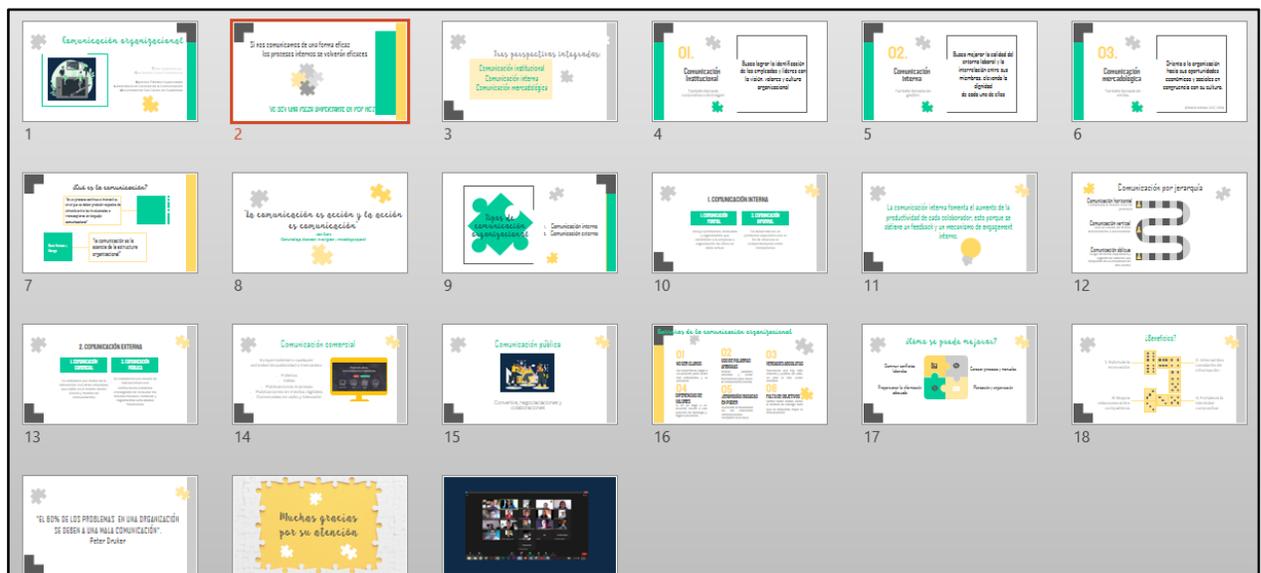
Talleres:

Taller de comunicación organizacional 13 de agosto 2021

Invitación

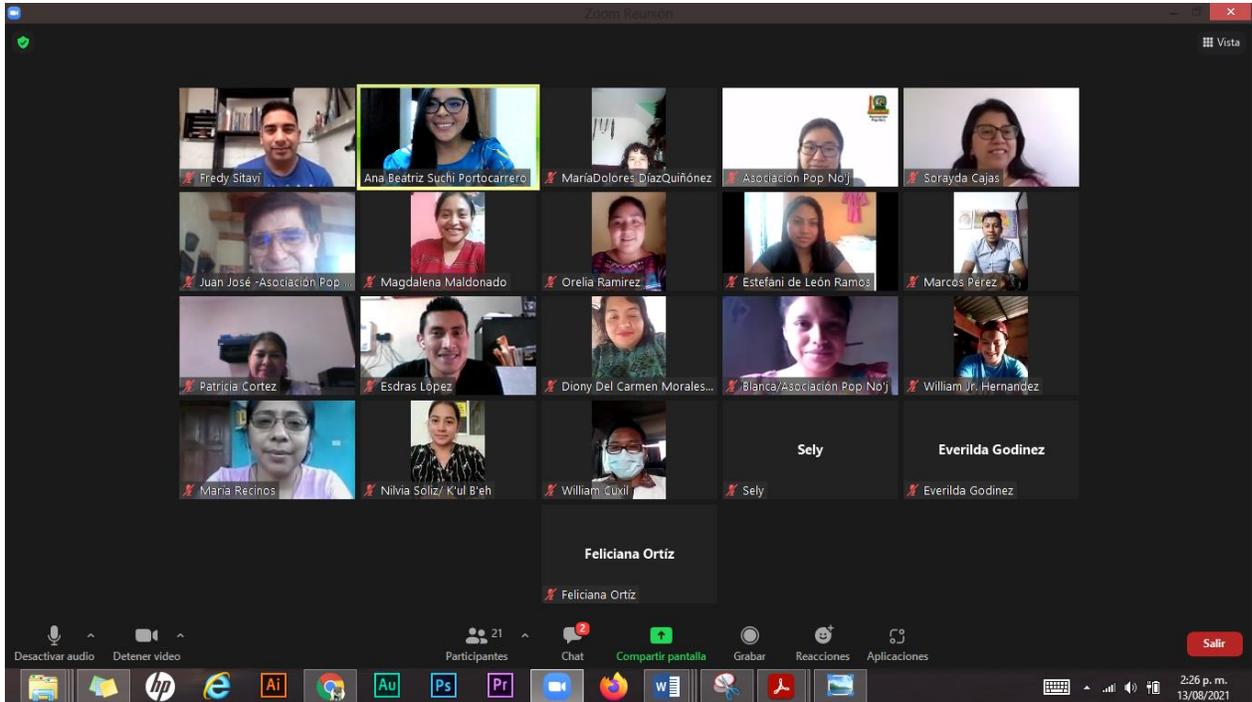


Presentación de *PowerPoint*





Fotografía de reunión por la plataforma de *Zoom*



Comentarios del taller por parte de los participantes, cuestionario realizado por *Google forms*

5. Comentarios o aportes al taller de comunicación organizacional.

Esta muy bueno

Exitos, continuar con esa dinámica motivacional y de respeto.

Integrar algún ejercicio corto para que practiquen desde su departamento una mejora para comunicarse mejor.

Todo bien

La comunicación organizacional aporta grandemente para obtener resultados eficientes y eficaces.

Fué interesante el taller

MUY BUENA ENSEÑANZA

contenido completo y el desarrollo del taller de manera dinámica y con ejemplos eso facilitó la comprensión del tema.



Taller de comunicación efectiva y resolución de conflictos 20 de agosto 2021

Asociación Pop No'j

Comunicación efectiva y resolución de conflictos

Taller virtual programado:
20 de agosto
2:15 PM
Impartido por:
Ana Beatriz Suchi

Link será trasladado previo a reunión
Gracias por su participación

"Yo soy una pieza importante en Pop No'j"

Presentación de PowerPoint

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

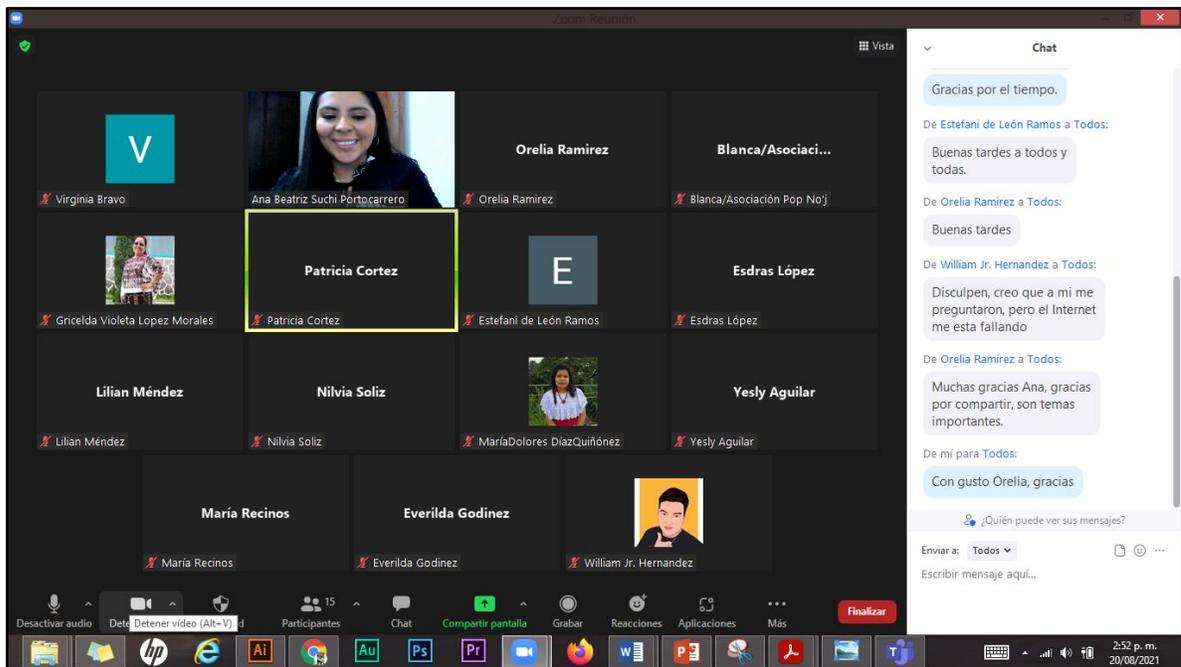
13

14

15



Fotografía de reunión por la plataforma de Zoom





Taller reuniones efectivas y trabajo en equipo 03 de septiembre 2021

Reuniones efectivas y trabajo en equipo

Asociación Pop No'j

Taller virtual programado:
03 de septiembre
2:15 PM
Impartido por:
Ana Beatriz Suchi

Link será trasladado previa a reunión
Gracias por su participación

"Yo soy una pieza importante en Pop No'j"

Presentaciones de PowerPoint

1. Reuniones efectivas y trabajo en equipo

2. Yo soy una pieza importante en Pop No'j

3. Asociación Pop No'j

4. La forma en que nos comunicamos con otros y con nosotros mismos, determina la calidad de nuestros actos.
- Anthony Robbins.

5. Reuniones efectivas

6. Reuniones efectivas

7. Puntos a considerar

8. Puntos a considerar

9. Puntos a considerar

10. Y como último punto...

11. Beneficios de las reuniones efectivas

12. Beneficios

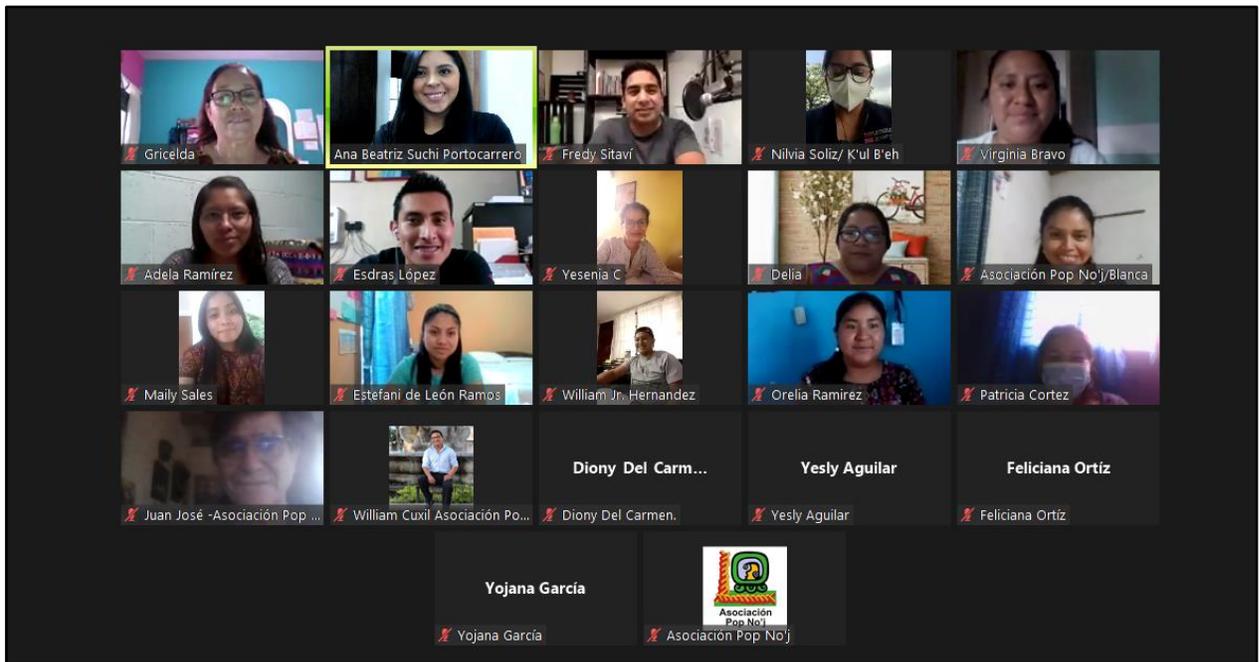
13. Tips para reuniones virtuales

14. Tips para reuniones virtuales

15. Trabajo en equipo



Fotografía de reunión por la plataforma de Zoom



Comentarios del taller por parte de los participantes, cuestionario realizado por *Google forms*

7. Comentarios o aportes al taller de reuniones efectivas y trabajo en equipo

Buenos aportes que construyen conocimientos a partir de las experiencias de la institución.

La metodología fue activa, que nos ayuda a fortalecer conocimientos en el trabajo y en lo personal.

Una excelente Profesional y muy carismática

Es necesario el recordatorio del trabajo en equipo y el espacio ayuda a que todo el personal entre en confianza, a parte del fortalecimiento de conocimiento.

Muy bien ánimo y agradable taller.

Bonita forma de presentar los temas participativos y dinámicos.

Actividad muy creativa y dinámica

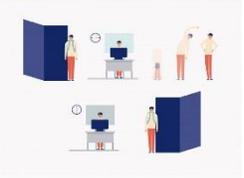


Piezas gráficas digitales de pausas activas

¡Realicemos pausas activas!

En la jornada laboral se recomienda tomar unos minutos y realizar estiramiento físico o gimnasia cerebral, reduciendo la tensión muscular y mejorar la concentración.

Fuente: <https://www3.app.tuinfiniti.com.co/cuidados-generales/les-pausas-activas-ayudan-a-prevenir-problemas-en-el-trabajo>



Se estará trasladando el link para conectarse a las 2:00 PM este 30 de julio
(Activaremos cámara para esta actividad, duración 15 minutos)



"Yo soy una pieza importante en Pop No'j"

Nos encontramos frente a un computador 8 horas o más, de reunión en reunión, contestando el teléfono, redactando correos, sobrellevando las labores del día, la espalda duele, los pies están cansados, las manos escriben sin parar.

Fuente: <https://www.tuinfiniti.com.co/cuidados-generales/les-pausas-activas-ayudan-a-prevenir-problemas-en-el-trabajo>

¡Realicemos pausas activas!



Se estará trasladando el link para conectarse a las 2:00 PM este 06 de agosto
(Activaremos cámara para esta actividad, duración 15 minutos)



"Yo soy una pieza importante en Pop No'j"

¡Realicemos pausas activas!

Aportan para recuperar energías, mejorando el desempeño de las actividades diarias y la eficiencia del trabajo. Los ejercicios de gimnasia cerebral permiten ejercitar el cerebro y aumentan la concentración.

Fuente: <https://www.tena.com.co/articulos/cuidadores/pausas-activas-mente-cuerpo/>



Se estará trasladando el link para conectarse a las 2:00 PM este 13 de agosto
(Activaremos cámara para esta actividad, duración 15 minutos)



"Yo soy una pieza importante en Pop No'j"

¡Realicemos pausas activas!

Beneficios:

1. Libera estrés articular y muscular
2. Inspira a la creatividad
3. Mejora la postura
4. Favorece autoestima y capacidad de concentración
5. Mejora la adaptación laboral

Fuente: <https://portalempresarial.org/gestion-humana/legislacion-gestion-humana/beneficios-de-las-pausas-activas-en-el-ambito-laboral/>



Se estará trasladando el link para conectarse a las 2:00 PM este 20 de agosto
(Activaremos cámara para esta actividad, duración 15 minutos)



"Yo soy una pieza importante en Pop No'j"



"Yo soy una pieza importante en Pop No'j"

¡Realicemos pausas activas!

"En la vida laboral son grandes los retos que se deben enfrentar diariamente por lo que es necesario preparar la mente y el cuerpo, a través de ejercicios de relajación osteomuscular, antes, durante o después de una jornada laboral, con calentamiento muscular y pausas activas"

Fuente: <https://www.ucc.edu.co/administrativos/seguridad-salud-en-el-trabajo/Paginas/riesgos-laborales-pausas-activas.aspx>

Se estará trasladando el link para conectarse a las 2:00 PM este 03 de septiembre (Activaremos cámara para esta actividad, duración 15 minutos)

"Yo soy una pieza importante en Pop No'j"

¡Realicemos pausas activas!

"Las pausas activas en el ámbito laboral contribuyen a fortalecer el trabajo en equipo, sobre todo si son pausas activas grupales. De esta forma, las pausas activas funcionan como un espacio de interacción casual y libre de tensiones para los trabajadores"

Fuente: <https://www.crehana.com/bo/blog/estilo-vida/que-es-pausa-activa/>

Se estará trasladando el link para conectarse a las 2:00 PM este 09 de septiembre (Activaremos cámara para esta actividad, duración 15 minutos)

Correo electrónico a encargado de la unidad de comunicación

31/7/2021 Gmail - Pieza gráfica, pausa activa | EPSSL Ana Beatriz Suchi Portocarrero

Ana Beatriz Suchi Portocarrero <absuchi@gmail.com>

Pieza gráfica, pausa activa | EPSSL Ana Beatriz Suchi Portocarrero
1 mensaje

Ana Beatriz <absuchi@gmail.com> 29 de julio de 2021, 6:30
Para: Comunicación Pop No'j <fredy@asociacionpopnoj.org>

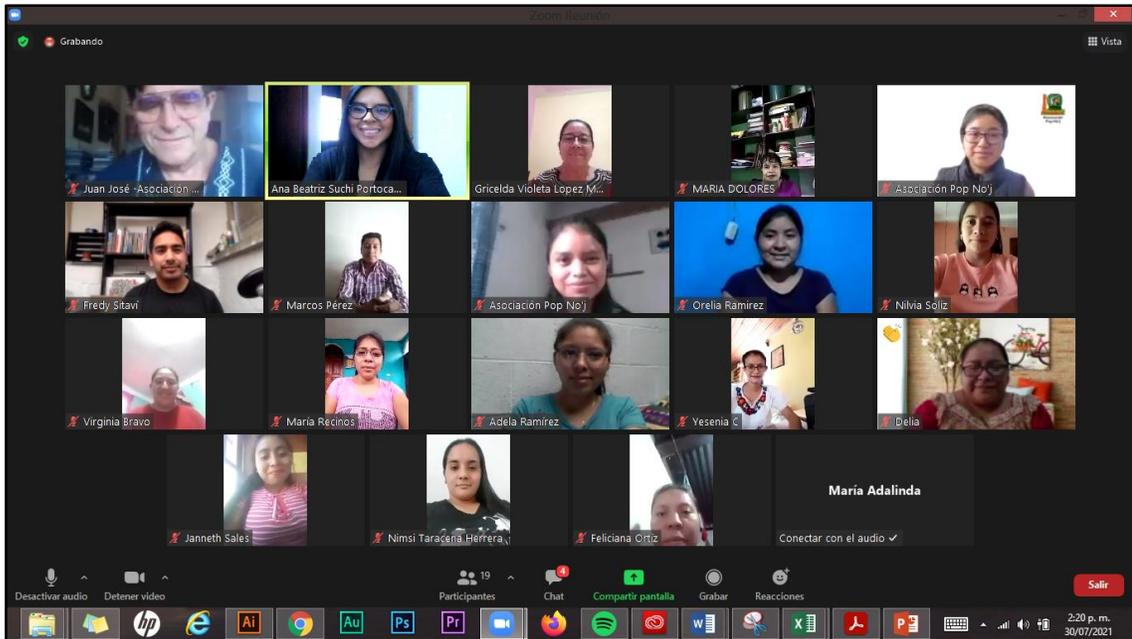
Buen día estimado Fredy, es un gusto saludarle.
Adjunto pieza gráfica como parte de la activad de pausas activas a realizar el día 30/07.

Quedo atenta a sus comentarios,
Saludos cordiales.

Pausas Activas 30 Julio.jpg
632K



Fotografías de reunión virtuales en Zoom





Respuestas de cuestionario por Google forms

10 respuestas



Se aceptan respuestas

Resumen

Pregunta

Individual

1. ¿Considera que la reunión de pausa activa fomenta el compañerismo?

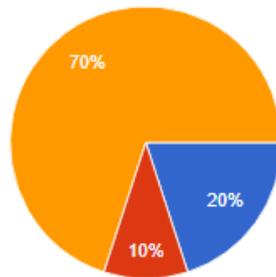
10 respuestas



- Sí
- No
- Tal vez

2. ¿La actitud del estudiante del EPSL brinda confianza?

10 respuestas

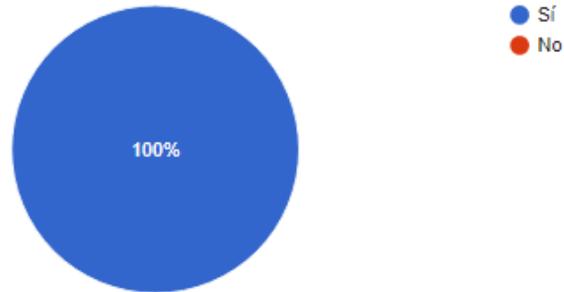


- Bueno
- Muy bueno
- Excelente



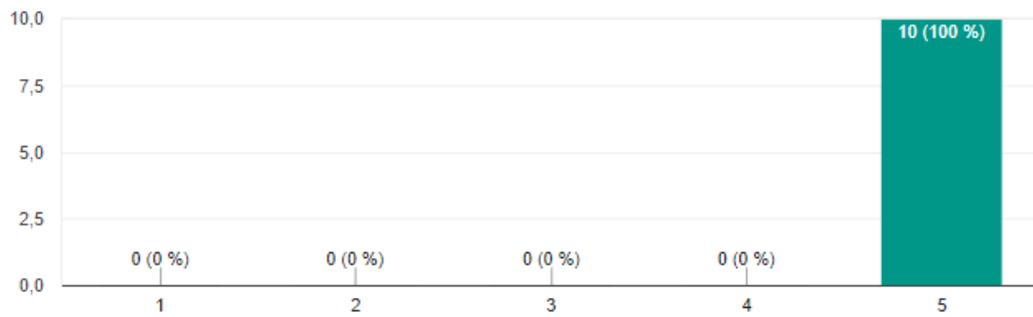
3. ¿Le gustaría continuar con estas reuniones?

10 respuestas



4. Califique la actividad del estudiante de EPSL, siendo 1 bajo y 5 alto

10 respuestas





5. Comentarios o sugerencias de la reunión de pausa activa.

La Actividad Pausa Activa nos ayuda un momento de relajación y ejercicios, que sea un poco más de tiempo para los ejercicios. Y por los menos de 2 veces por semana

Que la institución brinde más espacios como este.

Muy atinado en horario y días. Viernes un día muy agitado y cargado de cosas para cerrar la semana, estas pequeñas actividades nos genera un espacio para relajarnos en medio de tanta carga laboral, recordándonos el cuidado del cuerpo y mantener las relaciones entre compañeros de trabajo.

Es muy interesante, nos ayuda a desestresar.

Para que quede institucionalizado, establecida como una práctica regular, habría que hacer un programa y considerar algo desde la energía del día (nawales)

Felicidades que motivador

Durante esta actividad nos ayuda a relajarnos tanto en lo emocional y físico, es muy importante las actividades de autocuidado y seguir practicando en casa y así mismo con las personas donde laboramos

Piezas gráficas digitales de comunicación institucional

"Yo soy una pieza importante en Pop No'j"

¿Quiénes somos?

Somos una Asociación civil no lucrativa, no partidista, que promueve la reflexión, análisis, investigación, intercambio y aprendizajes.

Facilitamos y acompañamos procesos de organización, formación, promoción y participación del pueblo Maya para la construcción del «Buen Vivir» en Guatemala.

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

Asociación Pop No'j

Misión

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

Visión

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

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

Asociación Pop No'j

"Yo soy una pieza importante en Pop No'j"



"Yo soy una pieza importante en Pop No'j"

¿Qué trabajamos?

En Pop No'j creemos que las personas y los Pueblos Indígenas deben ser las y los principales protagonistas de sus propias vidas. Nuestra función es ser acompañantes y facilitadores en ese proceso.

- Programa Mujeres
- Programa Juventud
- Programa Migración

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



Asociación Pop No'j



¿Cuál es nuestro objeto?

Promover el "Buen Vivir" de las comunidades por medio de la participación activa y empoderamiento de las mismas.

Fuente: Plan estratégico humulaw 2014-2019
Asociación Pop No'j



Asociación Pop No'j

"Yo soy una pieza importante en Pop No'j"



Envío por correo electrónico

Comunicación institucional | Asociación Pop No'j

Ana Beatriz <absuchi@gmail.com> 8:00

para juanjoseh, Comunicación, sorayda, info, estefani, willyhernandez, esdrasl, violetarmonterroso1964, aroldo, williamct, magdalena, m:

Envío programado para: 8:00 [Cancelar envío](#)

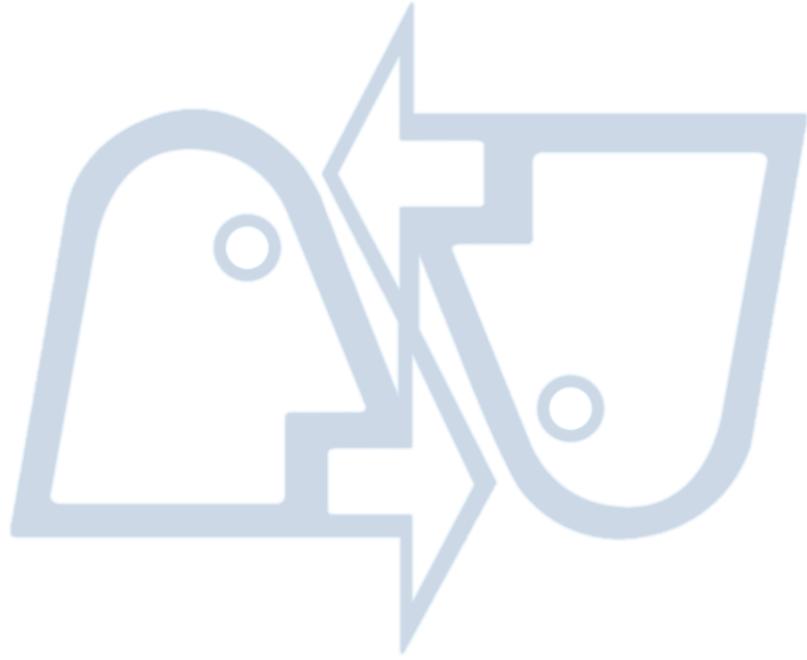
español > inglés [Traducir mensaje](#) [Desactivar para: español](#)

Buenos días a todos y todas, un gusto saludarles.
Continuamos reforzando nuestra cultura organizacional en Pop No'j

Misión

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

Yo soy una pieza importante en Pop No'j"



Comunicación
creando futuro