

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO 2011**

**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL PARA EL  
FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE ASOCIACIÓN  
COMUNICARES.**

**Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado EPS:  
Presentado al Honorable Consejo Directivo por**

**JENNIFFER ISABEL FIGUEROA GARCÍA**

**Previo a obtener el título de  
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**Asesor:  
M.A. Adal López**

**GUATEMALA, NOVIEMBRE DE 2011.**

# **CONSEJO DIRECTIVO**

**Director:**

M.A. Gustavo Adolfo Bracamonte Cerón

**Secretario:**

Licenciado Axel Santizo

**Representantes Docentes:**

Licenciado Julio Estuardo Moreno Chilín  
M.A. Fredy Morales

**Representante de Profesionales Egresados:**

Licenciado Pavel Matute

**Representantes Estudiantiles:**

Adriana Castañeda  
Milton Lobo

**Coordinador del Ejercicio Profesional Supervisado:**

M.A. Otto Yela

**Supervisora del Ejercicio Profesional Supervisado:**

M.A. Oneida Rodas



Guatemala, 27 de octubre de 2011.

M.A. Lic. Otto Roberto Yela Fernández  
**Coordinador EPS de Licenciatura**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Licenciado Yela:

Reciba un cordial saludo de Asociación COMUNICARES, esperando que todas sus labores se desarrollen con éxito.

La presente es para constatar que la señorita **Jennifer Isabel Figueroa García**, con número de carné: **200113942**, estudiante de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, realizó satisfactoriamente el Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) en nuestra institución.

La estudiante **Figueroa García** realizó **ochocientas (800) horas de práctica supervisada desde el 23 de febrero al 05 de agosto del 2011**, coordinando el proyecto **“Estrategia de Comunicación Organizacional para el Fortalecimiento de la Imagen Institucional de Asociación COMUNICARES”**.

Aprovecho para manifestar nuestro agradecimiento a la Escuela de Ciencias de la Comunicación por confiar en nuestra organización y aunar esfuerzos al desarrollo de nuestro país.

Sin otro particular, me suscribo.

Licenciada Nohemí García  
**Coordinadora de Proyectos**



17 Calle 31-47 zona 7, Villa Linda II.  
Teléfonos: 2277-9504 • 2435-0129 • 2438-1343  
[www.comunicares.com](http://www.comunicares.com)  
e-mail: [proyectos@comunicares.com](mailto:proyectos@comunicares.com)



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

Guatemala, 2 de noviembre de 2011

Estudiante:  
Jenniffer Isabel Figueroa García  
Carné: 200113942  
Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

Por este medio informo a usted que he revisado el Informe Final del Proyecto de EPS con título: "ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE ASOCIACIÓN COMUNICARES".

El citado trabajo llena los requisitos de rigor del presente Programa, por lo cual emito DICTAMEN FAVORABLE para los efectos subsiguientes.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

M.A. Oneida Rodas  
Supervisora EPS Licenciatura

Vo.Bo. M.A. Otto Yela  
Coordinador EPS Licenciatura



## ACTO QUE DEDICO

- A Dios:** Por bendecir mi vida y guiarme siempre por el buen camino llenándome de fe y esperanza.
- A mis padres:** Rudy Alfredo Figueroa y Aura Marina García de Figueroa, a quienes agradezco infinitamente por haberme dado la mejor herencia que es el tener una profesión, porque el ladrillo y la mezcla de la que están hechos mis triunfos son producto de su sudor, sacrificio y amor, ya que siempre confiaron en mí.
- A mi esposo:** Adal López, que me ha enseñado que la perseverancia y la dedicación son las herramientas que se necesitan en la vida para salir adelante y que con su constante apoyo me impulsa a alcanzar mis metas.
- A mis hermanos:** Rudy y Kevin, por su apoyo y por darme ánimos a seguir siempre adelante a lo largo de mi vida.
- A mi bisabuelita:** Transito de Salazar, quién es mi segunda madre y ha estado con mi familia en las buenas y en las malas.

## **ABSTRACT**

La asociación COMUNICARES es una institución sin fines de lucro que desarrolla proyectos en pro de la niñez, mujer y comunidades, tanto a nivel nacional como internacional. A través del diagnóstico comunicacional se detectó la necesidad de mejorar la imagen institucional y se desarrolló una estrategia de comunicación organizacional para el fortalecimiento de la misma. La imagen institucional es un recurso importante para el posicionamiento y promoción de las organizaciones. Con base en los resultados del estudio cualitativo y cuantitativo se decidió implementar un plan de actualización y mejoramiento de la imagen que contempló los cambios descritos a continuación: Actualizar la página web tanto en diseño como en información, elaborar papelería institucional, actualizar el manual institucional, actualizar la Fan Page en Facebook y ejecutar cambios físicos en las instalaciones. Estos cambios permitieron que la institución proyectara una imagen más ejecutiva, profesional y de criterios unificados tanto para sus aliados estratégicos como para el público en general. Además, se actualizó el equipo de cómputo para mejorar la eficiencia y brindar una imagen vanguardista.

## INDICE

<b>TITULO</b>	<b>PÁGINA</b>
1. Introducción	03
2. Justificación	04
3. Diagnóstico	06
3.1 Institución	06
3.1.1 Ubicación Geográfica	06
3.1.2 Integración y Alianzas Estratégicas	06
3.1.3 Origen e Historia	08
3.1.4 Departamentos o Dependencias de la Institución	09
3.1.5 Misión	11
3.1.6 Visión	11
3.1.7 Objetivos Institucionales	11
3.1.8 Público Objetivo	11
3.2 Problema comunicacional	12
3.3 Técnicas de Recolección	12
3.3.1 Observación	12
3.3.2 Documentación	13
3.3.3 Entrevistas a Profundidad	15
3.3.4 Encuestas	17
3.4 FODA	19
3.5 Indicadores de Éxito	21
4. Proyecto a Desarrollar	21
4.1 Descripción Técnica de la Estrategia del Proyecto	21

<b>TITULO</b>	<b>PÁGINA</b>	
4.2	Objetivo General	22
4.3	Objetivos Específicos	22
4.4	Actividades que Operativizan la Estrategia	23
4.5	Financiamiento	24
4.6	Beneficiarios	25
4.7	Recursos Humanos	25
4.8	Áreas Geográficas de Acción	25
4.9	Cuadro Operativo de la Estrategia	25
5.	Informe de ejecución	27
5.1	Actualización de página web	27
5.2	Diseño de papelería institucional	27
5.3	Diseño e impresión de tarjetas de presentación	28
5.4	Actualización de manual institucional	28
5.5	Implementación de cambios físicos en las instalaciones	29
5.6	Programación y calendarización	30
5.7	Análisis de resultados	30
6.	Conclusiones	31
7.	Recomendaciones	32
8.	Bibliografía	33
9.	Anexos	34

# 1. INTRODUCCIÓN

Este proyecto pretende ofrecer una estrategia efectiva, para fortalecer la imagen institucional de Asociación COMUNICARES, que está constituido por sus siglas que significan: Comunicación en Pro de la Mujer, Niñez, y Comunidades, Apoyando la Responsabilidad Social. Teniendo como ejes de trabajo los derechos de los niños, niñas, adolescentes y jóvenes. COMUNICARES se establece desde hace diez años como una asociación civil sin fines de lucro que se especializa en desarrollar proyectos comunicacionales, que buscan una comunicación eficaz y asertiva a través de la educación y la información, basados en los derechos de la niñez y de la mujer.

Debido a su expansión y crecimiento en la cobertura de proyectos a nivel nacional e internacional, Asociación COMUNICARES se ve en la necesidad de fortalecer su imagen institucional, tanto a nivel interno como externo, para optimizar su comunicación y la ejecución de sus proyectos, estableciendo parámetros que le ayuden a la sistematización y la uniformidad del trabajo realizado por parte de sus colaboradores, a través del desarrollo de material institucional y la actualización de la página web que le permitirá posicionarse en su público objetivo y sus aliados estratégicos.

La imagen institucional es la expresión de la personalidad de una dependencia; la define visualmente y la diferencia de las demás, a través de la imagen institucional la organización puede transmitir al público su carácter, su esencia y valores fundamentales, como pueden ser innovación, tradición, prestigio, elegancia, sencillez, calidad, servicio, entre otras. (Gobierno Estatal de Chiapas México)

La imagen institucional es un factor de fundamental importancia para el posicionamiento de la organización, si está atrae la atención, es fácil de comprender y expresa credibilidad y confianza, entonces será fácil de recordar y en consecuencia el posicionamiento de la institución será sólido y duradero.

La imagen institucional de una organización se forma a través de su trayectoria, su visión y misión, así como la calidad de sus productos y servicios, la atención a sus clientes, a sus colaboradores y al público en general. Tomando en consideración estas cuestiones, la actualización de la página web ([www.comunicares.com](http://www.comunicares.com)), la Fan page en el portal de Facebook, la papelería, la actualización del manual institucional y la implementación de cambios físicos en las instalaciones, le permitirá establecer normas visuales que distinguan a COMUNICARES de otras organizaciones, además de expresar su filosofía de trabajo, por lo tanto se realiza el presente proyecto de comunicación organizacional, en el marco de la realización de Ejercicio Profesional Supervisado - EPS - previo a obtener el título de licenciatura por la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

## 2. JUSTIFICACIÓN

Los constantes cambios, la expansión de los mercados, la globalización, la calidad y la competitividad son algunos de los mayores retos que deben enfrentar las organizaciones. Ante estos retos la visión empresarial ya no solo debe estar sustentada en el paradigma de economía, producción y administración que ha marcado el accionar de las organizaciones, a todo esto se debe incluir la comunicación, la cultura y la identidad como nuevos ejes de la acción empresarial, ya que estos tres aspectos constituyen el sistema nervioso central de todos los procesos de la dinámica integral de una organización.

De lo anterior se puede decir que la comunicación se constituye en esencia y herramienta estratégica para los procesos de redefinición de las relaciones de la organización con el entorno, la interacción con sus públicos tanto internos como externos, la definición de identidad y el uso y apropiación tecnológica que se requiere. Sólo mostrándose diferente al resto podrá llegar a ser preferida y valorada positivamente frente a otras. La mejor manera de diferenciarse que tiene una organización es recurrir a su imagen institucional, esto se refiere a lo que la empresa es: visión, misión y objetivos que se propone alcanzar. La identidad hace única a la empresa, ya que no hay otra empresa en el mercado que posea la misma identidad.

COMUNICARES es una organización que interactúa con diversos públicos, por lo tanto debe crear canales comunicacionales que le permitan desarrollar correctamente sus actividades, empezando por mejorar su comunicación interna para que esto se vea reflejado en todas las acciones que se ejecutan a nivel externo contribuyendo a mejorar la calidad de vida de la comunidad que es a lo que apuntan tanto la visión como el objetivo organizacional.

La imagen institucional de cualquier organización es una de las bases del desarrollo y de la identificación con el grupo objetivo, ya definir una imagen adecuada para la institución logrará promocionar y obtener posicionamiento con sus aliados estratégicos. Es de vital importancia lograr la sistematización de las rutinas de trabajo, a través del fortalecimiento y actualización del manual institucional, el cual permitirá a las y los colaboradores de Asociación COMUNICARES proyectar coherencia y unidad gráfica en los trabajos ejecutados, creando un sentido de pertenencia.

Es importante mencionar que en el 2010 se realizaron trabajos previos para el fortalecimiento de la imagen institucional de la Asociación COMUNICARES, sin embargo, estos no se han implementado.

La actualización de la página web de la institución, creará un vínculo con sus aliados estratégicos y su público objetivo, a través de ella se podrán mantener información de los proyectos que se están ejecutando y se tendrá la oportunidad de alcanzar nuevas alianzas tanto a nivel nacional como internacional.

Los cambios físicos en las instalaciones de COMUNICARES, que se presentan como parte de la estrategia de imagen institucional pretenden, mejorar el ambiente laboral para las y los colaboradores y a los visitantes percibir una imagen profesional que incentivará su inversión en los proyectos que desarrollan conjuntamente.

Por lo anterior, este proyecto se justifica por la necesidad de implementar una estrategia de comunicación organizacional para fortalecer la imagen institucional de asociación COMUNICARES.

### **3. DIAGNÓSTICO:**

#### **3.1 Institución**

**Nombre: Asociación COMUNICARES**

COMUNICARESe está constituido por sus siglas que significan: Comunicación en pro de la Mujer, Niñez y Comunidades Apoyando la Responsabilidad Social. Es una asociación civil sin fines de lucro, reconocida en el Registro Electrónico de Personas Jurídicas del Ministerio de Gobernación.(COMUNICARES, 2011)

COMUNICARES es una entidad fundada en el año 2,000 con el fin de desarrollar proyectos centrados en la niñez y en la adolescencia, sus derechos y la comunicación como una herramienta para el desarrollo. Con ello se han trabajado también proyectos con mujeres (madres, maestras, comunicadoras, etc.) ya que coadyuvan a la formación de los niños y adolescentes.Sus fundadores: Oneida Rodas, Mauricio Rodas, María Eugenia Diéguez y Celso Solano.(Rodas, 2011)

##### **3.1.1 Ubicación Geográfica**

Las oficinas centrales de la Asociación COMUNICARES se encuentran ubicadas en la 17 Calle 31-47 Villa Linda II zona 7, ciudad de Guatemala.

##### **3.1.2 Integración y Alianzas Estratégicas:(COMUNICARES, 2011)**

Asociación COMUNICARES cuenta con el apoyo y/o alianzas de las siguientes asociaciones:

- ✓ El Refugio de la Niñez, (2,011).
- ✓ TunamitJunam (2,011)
- ✓ Programa Conjunto de las Naciones Unidas sobre VIH/SIDA -ONUSIDA-(2,009, 2,010 y 2,011).
- ✓ Embajada de los Países Bajos (2010-2011)
- ✓ Radio Chavala y Save The Children Nicaragua (2,010-2,011).
- ✓ Organización Panamericana de la Salud – OPS - (2,006, 2,009 y 2,011).
- ✓ Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala 2,008 - 2,009 - 2,010 - 2,011).

- ✓ Plan Internacional (2,009-2,010).
- ✓ PCI Media Impact y Organización Panamericana de la Salud - OPS-, Organización Mundial de la Salud –OMS- (2,008 – 2,009 – 2,010).
- ✓ Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo –PNUD-, Organización Panamericana de la Salud–OPS-, Fondo de Población de las Naciones Unidas- UNFPA-, ONUSIDA y Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer- UNIFEM- (2,010).
- ✓ Coordinadora Nacional contra el Maltrato Infantil - CONACMI -(2,007, 2,008, 2,009 y 2,010).
- ✓ SaveTheChildren Noruega en Guatemala y Nicaragua (2,002 – 2,009).
- ✓ Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social (2,009).
- ✓ Erradicación de la Prostitución Infantil, la Pornografía Infantil y el Tráfico de menores con fines Sexuales – ECPAT -(2,007 y 2,009).
- ✓ Visión Mundial (2,008).
- ✓ ActionAid: (2,008).
- ✓ Movimiento para la Paz, el Desarme y la Libertad- M.P.D.L.- y Cooperación Española (2,006 – 2,007).
- ✓ SaveTheChildren Guatemala y la Alianza para el Desarrollo Juvenil Comunitario - ADEJUC -(2,004- 2,007).
- ✓ Fundación para el Desarrollo y Educación de la Mujer Indígena FUNDEMI TALITA KUMI (2,006).
- ✓ Fondo de Naciones Unidas para la Infancia – UNICEF -(2,005).
- ✓ Mesa de Municipalización (2,005).
- ✓ Organización Maya Saq´be (2,004).
- ✓ Cooperación Técnica Alemana GTZ (2,000 – 2,004).
- ✓ Acción Ciudadana y AID (2,003).

### **3.1.3 Origen e Historia:(Léon, 2009)**

La M.A. Licenciada Oneida Rodas su fundadora, comenta que siempre tuvo una inquietud por trabajar en función de las personas, y que debido a esta necesidad empezó a trabajar en proyectos de comunicación y lo hizo aliada a ciertas instituciones como consultora en comunicación.

Posteriormente, se fue vinculando a diversas organizaciones que por el buen desempeño de su trabajo la instaron a asociarse y a ya no trabajar como consultora. A raíz de ello la M.A. Licenciada Rodas fundó una institución que pudiera manejar fondos, pues al trabajar como consultora, podía realizar acciones específicas únicamente, mientras que, como institución, ésta formaría una alianza en sociedad con el organismo internacional, para ejecutar los fondos en función de un proyecto y le permitiría delegar la responsabilidad a otras personas capacitadas, que pudieran ejecutar alguna actividad como parte del proyecto, estas sugerencias y la necesidad de expandir el producto que ofrecía, fueron las principales razones que la motivaron a establecer el proyecto Asociación COMUNICARES en el año de 1,999, el cual tiene como fin, darle continuidad a los procesos de comunicación para el desarrollo, en función del desarrollo de los sectores más vulnerables del país, (mujeres, niñez y comunidades).

COMUNICARES es una asociación que se diferencia de otras porque realiza comunicación para el desarrollo y no publicitaria, es por ello que su trabajo lo enfoca en la responsabilidad social, promoviendo mensajes sobre los derechos de los niños, niñas, adolescentes y jóvenes.

COMUNICARES, ha encontrado sus limitantes en la gestión de fondos, ya que resulta complicado que quieran apoyar este tipo de proyectos y que consideren financiar el costo real de los mismos. Otra de las limitantes que afronta la asociación es la cobertura de medios de comunicación en los eventos que realizan con niños, niñas, adolescentes y jóvenes, en los que se promocionan sus derechos, ya que éstos tienen cobertura regularmente solo para nota roja (muerte, secuestro, violación, violencia) y posicionar noticias sobre niñez y adolescencia ha sido un proceso complejo.

Actualmente Asociación COMUNICARES busca mantener su posicionamiento en el mercado, es por ello que su objetivo a futuro es trabajar a nivel internacional, explotando su especialización en desarrollar proyectos comunicacionales que buscan una comunicación eficaz y asertiva a través de la educación y la información, basados en los derechos de la niñez y de la mujer.

Asociación COMUNICARES, trabaja por medio de aportes para ejecutar sus proyectos. Presta servicios de consultoría en comunicación, los cuales son de impacto local y nacional, con lo que logra un proceso de auto sostenibilidad ya que a través de la oferta de servicios de consultoría obtiene fondos propios.

### **3.1.4 Departamentos o Dependencias de la Institución.**

**-Dirección General:** Es el departamento encargado de la representación legal de la institución y coordina a nivel general todos los proyectos.

**-Departamento de Administración y Logística:** Es el encargado de la negociación con proveedores, la gestión con autoridades y organizaciones para realizar los proyectos. En cuanto a la parte de logística se ocupa de la organización con las instituciones, solicitar permisos para actividades, mantener comunicación con proveedores antes, durante y después de las actividades. Realizan informes narrativos y como parte de la estrategia es coordinar mensajería, pagos y cotizaciones.

**-Departamento de Relaciones Públicas:** Son los encargados de establecer con otras organizaciones alianzas y financiamiento para la auto sostenibilidad de la institución.

**-Producción y medios:** Es el enlace con los medios y la institución para establecer vínculos comerciales, también son los encargados de la producción de material impreso, producción radial y edición de los mismos.

#### **Proyectos:**

Asociación COMUNICARES tiene presencia en todo el país, pues realiza dos programas radiales que se difunden a nivel nacional:

- ✓ **Chispas al Aire:** Es un programa radial producido por niñas y niños, dirigido a la niñez de todo el país. El programa consiste en varios segmentos con temáticas inherentes a los niños, niñas y adolescencia, promueve sus derechos y la libertad de expresión. El programa es transmitido a través de radio Sonora 96.5 F.M. los viernes a las 15:00 horas.

Este proyecto surge con el apoyo de la entidad SaveTheChildren Noruega a raíz del proyecto denominado: “La iniciativa de la niñez y juventud de un contexto posbélico y de construcción de paz”; con ello se empezó a promover la participación y el protagonismo de la niñez en los medios de comunicación.

En la actualidad el programa Chispas Al Aire es producido por población infantil del área rural y urbana del país, se transmite en varios idiomas mayas y en idioma español, con el fin de visibilizar la diversidad cultural. Asimismo, el programa es una alternativa de formación por medio de capacitaciones y talleres de producción radiofónica que les permite a los menores formarse como futuros comunicadores sociales.

- ✓ **Juventud al Aire:** Es el proyecto de comunicación producido por jóvenes y adolescentes guatemaltecos que pretende abordar temáticas que interesan y forman a las y los jóvenes de hoy. Se produce un programa de radio semanal en el que todos los integrantes del proyecto participan investigando y produciendo segmentos radiofónicos. Es transmitido por TGW, la Voz de Guatemala 107.3 FM, los domingos a las 9:00 a.m.
- ✓ **Feria Rodando:** Es un proyecto realizado para adolescentes y jóvenes estudiantes de diferentes municipios, que consiste en una feria educativa que aplica la metodología de Educación-Entretenimiento (EE) donde niñas, niños y adolescentes se informan y a la vez se divierten sobre prevención de VIH, sida y los tipos de violencias que afectan a la sociedad guatemalteca.

En cada una de las ferias se atiende a un promedio de más de 1,000 niños, niñas y adolescentes de escuelas públicas y para su ejecución se cuenta con la colaboración de los adolescentes y jóvenes voluntarios de los departamentos a los cuales se lleva la Feria Rodando.

La Feria Rodando se ha realizado en 10 localidades distintas del país: Sololá, Escuintla, Jutiapa, Chimaltenango, Quetzaltenango, Suchitepéquez, Retalhuleu, Baja Verapaz y Guatemala y más de 11,000 niños, niñas y adolescentes fueron capacitados y empoderados sobre la temática de VIH y sida gracias al apoyo de ONUSIDA, la Embajada de los Países Bajos, OPS, Ministerio de Salud.’

- ✓ **El Intruso:** Producido por Asociación COMUNICARES con el apoyo de PCI-Media Impact, IDEI, StereoArcoiris, y ONUSIDA, es una radionovela que utiliza la técnica de Educación-Entretenimiento diseñada para abordar temas de salud sexual y reproductiva, tales como: VIH y sida, infecciones y enfermedades de transmisión sexual, violencia sexual y acceso a servicios. El programa está dirigido a jóvenes de las zonas rurales que tienen poco o ningún acceso a información sobre su salud.
- ✓ **Medios y Campañas:** Lanzamiento de campañas, cobertura de medios, conferencias de prensa, etc.

### **3.1.5 Misión**(COMUNICARES, 2011)

Promover la comunicación efectiva entre niños, niñas, jóvenes, mujeres y comunidades, impulsando la libertad de expresión y la promoción de los derechos de todos y todas, apoyando la Responsabilidad Social para la visibilización, participación e incidencia de los niños y adolescentes en sus comunidades.

### **3.1.6 Visión**(COMUNICARES, 2011)

Ser en Guatemala la organización que trabaja con y por los niños, niñas y jóvenes, utilizando la comunicación como herramienta para divulgar sus derechos y formarlos como líderes comunitarios, a través de metodologías innovadoras, con pertinencia cultural, y adecuadas a la niñez y juventud guatemalteca.

### **3.1.7 Objetivos Institucionales**(COMUNICARES, 2011)

- ✓ Promover la responsabilidad social en favor de los niños, niñas y jóvenes guatemaltecos estableciendo alianzas estratégicas con organismos internacionales, y organizaciones nacionales, para llevar a cabo acciones que mejoren la calidad de vida de las personas menores de edad en Guatemala.
- ✓ Medir el impacto comunitario de cada uno de los proyectos ejecutados, con el fin de dimensionar los cambios en conocimientos, actitudes y prácticas de los niños y jóvenes participantes en las intervenciones, con el fin de mejorar el nivel de impacto de un proceso, y con ello, el nivel de conciencia local sobre los niños y sus derechos.

### **3.1.8 Público Objetivo**(COMUNICARES, 2011)

Asociación COMUNICARES tiene como grupo objetivo:

- Niños y niñas de diferentes edades de todo el país que escuchan el Programa “Chispas al Aire” a través de Radio Sonora 96.9 FM, los viernes a las 15:00 horas.
- Jóvenes de diferentes edades de todo el país que escuchan el programa “Juventud al Aire” a través de TGW, la voz de Guatemala 107.3 FM, los días domingos a las 9:00 de la mañana.
- Jóvenes y adolescentes estudiantes de entre 11 y 18 años de edad, quienes participarán en las próximas Ferias Rodando.
- Organismos internacionales que tienen incidencia en los niños, niñas, adolescentes, jóvenes y mujeres.

- Medios de comunicación, los cuales den cobertura a los eventos realizados por Asociación COMUNICARES.

### **3.2 Problema Comunicacional**

Dentro del análisis que se realizó en la Asociación COMUNICARES, se determinó que el problema comunicacional se basa en la desactualización de la información que se transmite tanto al público objetivo como a sus aliados estratégicos y en la diversidad del manejo de las formas gráficas, por lo cual se hace necesario establecer un medio de comunicación eficaz, el cual permita mejorar y sostener la satisfacción de su público objetivo y sus aliados estratégicos. Este medio servirá para actualizar en forma clara, completa y uniforme los proyectos que la asociación ejecuta en pro del desarrollo social.

Asimismo, el fortalecimiento de la imagen institucional, a través de la sistematización de un manual que permita unificar criterios, normalizar el manejo de la imagen visual – gráfica, manteniendo un control en el cumplimiento de las rutinas de trabajo y evitar su alteración arbitraria, aumentando la eficiencia de los procesos que se desarrollan por las y los colaboradores de COMUNICARES.

### **3.3 Técnicas de Recolección**

Para el desarrollo de este diagnóstico se utilizó la observación, documentación, la entrevista a profundidad y el árbol del problema como técnicas cualitativas y la encuesta como técnica cuantitativa, para recolectar y detectar las necesidades y problemas comunicacionales de la asociación COMUNICARES.

#### **3.3.1 Observación**

A través de la observación, se obtuvo un análisis de la imagen institucional y organizacional de la Asociación COMUNICARES que se describe a continuación:

La Asociación COMUNICARES no cuenta con una imagen institucional definida para sostener relaciones estratégicas con sus clientes o financiadores. “La imagen institucional o identidad corporativa es la expresión de la personalidad de una institución; la define visualmente y la diferencia de las demás, a través de la identidad corporativa la institución puede transmitir al público su carácter, su esencia y valores fundamentales, como pueden ser innovación, tradición, prestigio, elegancia, sencillez, calidad, servicio, entre otras”.(Méndez, 2010).

La imagen corporativa es un factor de fundamental importancia para el posicionamiento de la institución, si la identidad corporativa atrae la atención, es fácil de comprender y expresa credibilidad y confianza, entonces será fácil de recordar y en consecuencia el posicionamiento de la institución será sólido y duradero.

Se observó que la página de internet y el trifoliar de la Asociación COMUNICARES no contienen información actualizada sobre la institución y sus proyectos, presentan una imagen juvenil, que no está acorde al público objetivo que se quiere alcanzar y no poseen unidad gráfica, pues poseen variaciones en cuanto al diseño, colores y tipografía.

No se cuenta con tarjetas de presentación para las y los colaboradores a pesar de que se tiene algunas propuestas de diseño. Las mismas son de vital importancia en la presentación del personal y para el reconocimiento de la institución. En las instalaciones es necesario realizar cambios físicos, entre otros, el color de las paredes, mobiliario, equipo de cómputo, mantas que identifican a la institución, etc., para que las personas que visitan las oficinas y las y los mismos colaboradores se sientan en un ambiente profesional.

Aunque existe un manual de imagen institucional, este no es utilizado por las y los colaboradores, debe ser actualizado y deberá hacerse más amigable y explícito para que cuando sea utilizado no sea difícil de implementar. Se pudo observar que los colaboradores de la Asociación COMUNICARES, se identifican plenamente con la institución, sin embargo, al no contar con una imagen institucional definida permite a las y los colaboradores utilizar los íconos y gráficas a su criterio en la presentación de los trabajos ejecutados.

### **3.3.2 Documentación**

Para la realización de este proyecto se consultaron documentos que pertenecen a asociación COMUNICARES, informes finales de EPS –IFES- y libros y artículos sobre Comunicación organizacional e imagen o identidad institucional.

- Trifoliar de la Asociación COMUNICARES: En este documento se consultó la información sobre la organización, sin embargo la misma no está actualizada.
- Página web: Se obtuvo información sobre los diferentes proyectos que ejecuta Asociación COMUNICARES, entre ellos, Chispas al Aire, Juventud al Aire, la Feria Rodando, talleres, capacitaciones y seminarios y publicaciones.

- Curriculum Profesional de Asociación COMUNICARES: De este material se extrajo la misión, visión, objetivos institucionales, público objetivo, alianzas estratégicas, y los proyectos en los que ha trabajado.
- Informe Final de EPS (IFES) de la Licenciada Celia de León: Este documento se consultó sobre el proyecto de la Feria Rodando, además que obtener información importante sobre la historia de COMUNICARES.
- Informe Final de EPS (IFES) del Licenciado Byron Ruano: Este documento contiene información sobre el proyecto de la Feria Rodando y la sistematización del mismo.
- Manual de Identidad Institucional de la Asociación COMUNICARES del Licenciado Edgar Bran: Se obtuvo información sobre las formas gráficas, tipografías y colores institucionales que utiliza la organización para su presentación con el público objetivo y con sus aliados estratégicos.
- Manual de la imagen institucional de la Asociación COMUNICARES de la M.A Licenciada Iris Santizo Méndez: Se obtuvo información sobre la estructura corporativa de la organización.
- Manual de identidad visual corporativa, Universidad Simón Bolívar(Universidad Simón Bolívar, Supervisión de la Dirección de Servicios Multimedia, 2009): Este documento contieneherramientas para el uso de la imagen institucional de la Universidad Simón Bolívar, el cual se utilizó como guía para realizar el manual de imagen institucional de COMUNICARES.
- Manual de identidad corporativa, Secretaria de los pueblos Indios (Secretaria de Pueblos Indios, Gobierno de Chiapas, México, 2006): Se utilizó como guía para el desarrollo de material institucional.
- Manual de imagen corporativa, Universidad Pontificia Bolivariana (Universidad Pontificia Bolivariana, Secretaría General., 2005): Se usó como guía para el desarrollo de material e imagen institucional.
- Manual de ayuda para la gestión de entidades no lucrativas (Aisis, Gross, Lillo, & Caro, 2002): Este documento describe la forma en que la institución debe organizarse y proyectarse en los ámbitos en los cuales se desarrolla.

### 3.3.3 Entrevistas a Profundidad

- Entrevista realizada a la Licenciada Enriqueta Valdez Curiel, Oficial de evaluación de programas en México y Centroamérica de PCI Media Impact sobre su opinión acerca de la Imagen Institucional que proyecta Asociación COMUNICARES.

La Licenciada Valdez comenta que conoció a la Asociación COMUNICARES, hace cinco años durante un taller organizado por PCI Media Impact, en el cual miembros de COMUNICARES participaron como becarios y luego trabajando tres proyectos de educación - entretenimiento a través de radionovelas orientadas a la prevención de VIH y sida, y desde entonces tiene una buena impresión de la asociación.

El trabajo con los niñas y niños de Guatemala y Centroamérica es el proyecto que más le gusta de los que realiza Asociación Comunicares, porque no existen muchos grupos de comunicación trabajando con la población infantil que es altamente vulnerable a los cambios culturales, sus proyectos son innovadores, creativos y llenos de vida y pasión, enfatizó Valdez.

En cuanto a la misión, visión y objetivos de la Asociación comenta que, sí los conoce y con relación a la página web de COMUNICARES, Valdez menciona que ha tenido la oportunidad de visitarla, y que le llamó la atención el colorido de la misma, sin embargo sugiere que el material publicado en la revista “Tu vida en tus manos”, se pueda consultar directamente en la página y no tener que descargar la revista, ya que esto puede ser un impedimento para su consulta.

La Licenciada Valdez, propone que se deben publicar los proyectos y logros de COMUNICARES, a nivel internacional, a través de artículos en revistas populares de gran circulación en Latinoamérica y en revistas científicas de comunicación y salud, así como también utilizar principalmente la televisión, internet y el celular.

- Entrevista realizada a la Licenciada Ana Myrella Saadeh Rivera, directora del Programa de Atención, Movilización e Incidencia por la Niñez y la Adolescencia – PAMI-, sobre su opinión de la imagen institucional de COMUNICARES, quién estableció alianzas estratégicas con Asociación COMUNICARES, en el año 2008, a través de la coordinación de campañas para la conmemoración de los 20 años de la Convención sobre los Derechos de las niñas, niños y adolescentes, contra el maltrato y la violencia.

Según Saadeh, desconoce la misión, la visión y los objetivos de COMUNICARES, pero los relaciona con la facilitación de la comunicación a favor de la niñez y adolescencia.

En su opinión los proyectos que realiza COMUNICARES, son innovadores, especialmente el proyecto de expresión radial con niños, niñas “Chispas al Aire” y “Juventud al Aire” que se realiza con adolescentes.

En cuanto a la página web, comenta que no la ha visitado, pero le gustaría que se publiquen los proyectos, servicios y planificación estratégica que se están ejecutando actualmente. Sugiere que los logros y proyectos de COMUNICARES, se publiquen vía sitio web, Facebook y radio, y para promocionarse se integre a espacios de coordinación de organismos de niñez como Coordinadora Institucional de Promoción por los Derechos de la Niñez – CIPRODENI- , Mesa de Municipalización.

- Entrevista realizada a la Licenciada Nohemí García, coordinadora del área administrativa y logística desde hace 3 años, quien ha trabajado en diferentes proyectos tales como, la Feria Rodando, Chispas al Aire, Juventud al Aire, El Intruso y consultorías.

La Licenciada García comenta que el proyecto que más le gusta es la feria Rodando, porque tiene la oportunidad de trabajar con niñas, niños, adolescentes y jóvenes. Opina que los proyectos que realiza Asociación COMUNICARES, contribuyen al desarrollo del país y aportan valor a las personas con las que trabajan incluyendo al equipo humano.

Conoce la misión, visión y los objetivos institucionales de la organización identificándose con la misma. Ha visitado la página web y lo que más le llamo la atención fue el diseño. Además dice que le gustaría que se publicara el calendario de actividades y el reporte o informe de las actividades realizadas.

Sugiere que se publiquen los proyectos y los logros de asociación COMUNICARES a través de la prensa e internet y para su promoción propone que se utilice la radio, el internet y los periódicos.

- Entrevista realizada con a la Licenciada Sandra Reyes Gaitán, quién se encarga del departamento de Relaciones Públicas desde hace tres años, y ha participado en los diferentes proyectos que realiza COMUNICARES, siendo estos, la Feria Rodando, Juventud al Aire, Chispas al Aire, consultorías y como coordinadora de medios.

Su opinión sobre qué proyecto le gusta más comenta que la Feria Rodando, Juventud al Aire y Chispas al Aire son sus preferidos porque tiene la oportunidad de participar con niñas, niños, adolescentes y jóvenes durante los procesos enmarcados en comunicación.

Comenta que los proyectos que realiza COMUNICARES siempre están enfocados en derechos de niñas, niños, adolescentes y jóvenes y se promueven constantemente en cada proyecto. En cuanto a la pregunta si conoce la misión, la visión y los objetivos institucionales, responde que sí.

También ha visitado la página web y lo que más le ha llamado la atención es el diseño de la misma, sugiere que le gustaría que se publiquen todos los proyectos en proceso y los que ya se están ejecutando.

Menciona que COMUNICARES, debería publicar sus proyectos y logros en internet y revistas, y para su promoción debe usar principalmente la radio, internet y revistas. Propone que se debe actualizar la información de la página web y de los trifoliales institucionales, además de darle una imagen más moderna y ejecutiva.

### **3.3.4 Encuestas**

Para la realización de las encuestas sobre la imagen institucional se tomó en cuenta al 100% de las y los colaboradores de COMUNICARES quienes son parte del proyecto Juventud al Aire, y que también fueron parte de Encuentro Regional del Norte de Comunicadores 2011, obteniendo los siguientes resultados:

El 81% de las y los encuestados tiene menos de 4 años de conocer a la asociación COMUNICARES. Existe además un porcentaje significativo (19%) que conoce la institución desde hace más de 5 años, lo cual ayuda a mantener la continuidad con los valores de la institución. Únicamente el 37% de los participantes tiene menos de 2 años de conocerla.

El 87% de la participación en proyectos alternos a Juventud al Aire, ha sido por miembros que tienen más de tres años de conocer a la institución, de lo cual podemos concluir que evidencia el compromiso y la identificación con la institución, pues los proyectos son altamente atractivos para que las y los colaboradores se integren.

Más del 60% de las y los encuestados, prefieren los proyectos radiales, porque les permiten conocer técnicas radiales que les servirán en su futuro profesional, y les brindan la oportunidad de expresarse libremente sobre temática actuales. Mientras que los proyectos que utilizan la técnica de educación – entretenimiento obtuvieron un 39%, debido a la interacción e incidencia que se tiene con las niñas, niños, adolescentes y jóvenes de la comunidad a la que se llega.

El 27% de las y los encuestados opina que los proyectos que realiza asociación COMUNICARES son una buena oportunidad para impulsar a niñas, niños, adolescentes y jóvenes a que sean mejores. Otro 27% manifestó que son proyectos educativos. Un 13% indicó que brinda la oportunidad de ser nuevos comunicadores, al igual otro 13% dijo que son proyectos que marcan una ruta de cambio positivo para el grupo objetivo. Además un 7% opina que son entretenidos e informativos, asimismo otro 7% indica que los proyectos ayudan a que los niños y los jóvenes se informen sobre temáticas actuales, por lo que se puede decir que todos proyectos que realiza la institución tienen una incidencia positiva en el grupo objetivo.

Las y los encuestados evidenciaron su compromiso e identificación con la institución a través de las preguntas acerca de su conocimiento sobre la misión y la visión, pues en ambos casos se obtuvo más del 70% de respuestas favorables. Sin embargo, existe un porcentaje menor que no las conoce. Mientras que para la pregunta sobre si conoce los objetivos institucionales, solo el 50% de las y los encuestados expreso conocerlos.

A pesar de tener por lo menos un año de ser colaboradores de COMUNICARES, no todas y todos los encuestados han visitado la página web de la institución siendo este un porcentaje de 31%.

Un 36% de las y los encuestados mencionaron que lo que más le llamó la atención del sitio web de COMUNICARES es el diseño y la información respectivamente. Sin embargo, es importante mencionar que el diseño actual de la página web es un diseño juvenil y los encuestados en su mayoría se encuentran entre los 17 y 24 años, no obstante el grupo objetivo que se pretende alcanzar son organizaciones que trabajan en pro de la niñez, adolescencia y juventud.

Según los resultados recogidos en las encuestas es importante actualizar la información sobre los proyectos que se publican en la página web y se debe incluir contenidos sobre los talleres y capacitaciones para niños, adolescentes y jóvenes. Además de hacer el sitio más amigable agregando un foro interactivo y un calendario de actividades.

Siendo el internet uno de los medios más utilizado por los jóvenes, las y los encuestados sugirieron que la institución podría utilizar el internet como la mejor opción para la publicación de sus proyectos y logros con un 35%. Mientras que el 23% manifestó que la radio es el medio que debería de utilizar la organización para la publicación de sus proyectos y logros. Los medios escritos obtuvieron un 36% entre revistas y periódicos. Solamente el 7% indicó la televisión como el medio ideal para sus publicaciones. Un 33% de las y los encuestados sugieren utilizar el internet para promocionar a la institución. La radio obtuvo un 24%, mientras que la prensa y las revistas tienen un 16% respectivamente. La televisión logró un 11%.

El 38% de las y los encuestados no han visto ni leído el trifoliar institucional. Sin embargo existe un 62% que si lo ha visto y leído y lo que más les llamo la atención del mismo, es la información y el diseño del mismo obteniendo un 40% y un 27% respectivamente. Mientras que las fotografías obtuvieron un 20% y los colores utilizados un 13%.

### **3.4 FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas):**

#### **- Fortalezas**

- El equipo de colaboradoras y colaboradores de COMUNICARESevidencian compromiso e identificación con la institución.
- La institución posee una plataforma web.
- Existe un buen registro de material audio –visual sobre los proyectos de la institución con fines promocionales.
- Alianzas estratégicas con instituciones reconocidas, tanto a nivel nacional como internacional, que abordan temáticas de niñez.
- Cuentan con manual institucional.
- La institución posee un trifoliar institucional.
- COMUNICARES cuenta con la capacidad financiera y el interés de invertir en la sistematización de su información a través de su página web y el trifoliar institucional.
- COMUNICARES tiene la disponibilidad de implementar cambios físicos en las instalaciones de las oficinas.

#### **- Oportunidades**

- A través de la página web actualizada se pretende establecer una plataforma para dar a conocer los proyectos que maneja COMUNICARES.
- Captar nuevas alianzas con otras instituciones que quieran trabajar proyectos conjuntamente con COMUNICARES por medio de la página web.
- Ampliar el número de niños, niñas, adolescentes, jóvenes y mujeres que siguen a la institución a través de los diferentes canales de comunicación en que trabaja para hacerla más atractiva a los existentes y potenciales financistas.

- Proyectar una imagen institucional adecuada proporcionando a las instituciones que se contacten por primera vez, trifolios actualizados y tarjetas de presentación.
- A través de la percepción de la calidad de la imagen institucional, las instituciones aliadas tendrán más confianza en fortalecer las relaciones estratégicas previamente establecidas.
- Entre las propuestas obtenidas en el proceso cualitativo es publicar los proyectos y logros de COMUNICARES a nivel internacional, a través de artículos en revistas populares de gran circulación en Latinoamérica y en revistas científicas de salud y comunicación.
- El mantener información actualizada sobre los proyectos de COMUNICARES en la página web permitirá mantener un canal de comunicación eficiente con el público, y ayudará a atraer potenciales aliados.

#### - **Debilidades**

- No todas las colaboradoras y colaboradores de COMUNICARES, han visitado el sitio web a pesar de tener por lo menos un año dentro de la institución.
- La actual imagen institucional que proyecta a su público objetivo y aliados estratégicos.
- La página web está desactualizada y proyecta una imagen juvenil, la cual llama la atención de las y los encuestados que en su mayoría se encuentran entre los 17 y 24 años, sin embargo, el grupo objetivo son organizaciones que trabajan en pro de la niñez, adolescencia y juventud.
- El trifoliar institucional se encuentra desactualizado.
- El no contar con una imagen institucional definida permite a las y los colaboradores, utilizar los iconos, gráficas e información según su criterio dando lugar a inconsistencias.
- Las instalaciones de Asociación COMUNICARES, requieren cambios físicos, visuales y en el equipo de computación.
- No cuentan con tarjetas de presentación para sus colaboradores.

#### - **Amenazas**

- Es importante el mantenimiento y actualización de los proyectos en la página web, existe el riesgo de no darle la prioridad adecuada.

- Existe riesgo de no dar seguimiento a las normas establecidas en el manual institucional por parte de las y los colaboradores de COMUNICARES.
- Es importante dar seguimiento e implementar las propuestas de material de presentación de la institución, como tarjetas de presentación y trifoliar.

### **3.5 Indicadores de Éxito**

- La disponibilidad que tiene la institución de implementar actualizaciones en la página web y trifoliar.
- La disponibilidad de las y los colaboradores de COMUNICARES, de seguir las normas que se establezcan en el manual institucional para sistematizar y unificar los criterios a utilizar en la presentación de los trabajos ejecutados.
- La capacidad que tiene la Asociación COMUNICARES, para invertir recursos financieros en la mejora de su imagen institucional y corporativa.
- A través de los programas en radio “Chispas al Aire” y “Juventud al Aire” y del proyecto “Feria Rodando”, la Asociación COMUNICARES puede captar más público y como consecuencia nuevas alianzas estratégicas.
- Los buenos resultados de los proyectos ejecutados proveen suficientes recursos para elaborar el material institucional adecuado que permita a la institución promocionarse de manera efectiva.

## **4. Proyecto a Desarrollar**

Estrategia de comunicación organizacional para el fortalecimiento de la imagen institucional de Asociación COMUNICARES.

### **4.1 Descripción Técnica de la Estrategia del Proyecto**

Debido al crecimiento de asociación COMUNICARES, no sólo a nivel nacional sino internacional, es necesario establecer un medio eficaz que permita sostener relaciones estratégicas con su público objetivo y sus aliados, especialmente con los que invierten en los proyectos que la institución ejecuta en pro del desarrollo social.

Éste deberá exponer el trabajo realizado, además de ser una vitrina que contenga los logros alcanzados en cada ejecución, para lo cual se implementarán cambios en la página web, actualizando la información y el diseño. Con estos cambios se pretende facilitar el intercambio de información que se genera en la institución, además de darle una imagen ejecutiva y moderna que capte la atención de instituciones que trabajan a favor de la niñez, jóvenes y público en general.

A través de la técnica de la observación se detectó que la utilización de la imagen visual, por parte de las y los colaboradores de asociación COMUNICARES no posee unidad gráfica, lo cual genera diferentes presentaciones en los informes. La implementación del manual de imagen institucional y organizacional tendrá como objetivo unificar criterios y sistematizar el manejo de la imagen visual - gráfica y corporativa, para lograr proyectar al público objetivo la imagen sólida, seria, coherente y organizada de la institución.

Para fortalecer la imagen institucional, también se hace necesario implementar cambios físicos en las instalaciones de asociación COMUNICARES, los cuales permitirán a las y los colaboradores desempeñar sus labores en un ambiente corporativo y más cómodo que los motivará a desarrollar su trabajo de manera eficiente y a los visitantes percibir una imagen profesional que incentivará su inversión en los proyectos que desarrollan conjuntamente.

## **4.2 Objetivo General**

Fortalecer la imagen institucional de la asociación COMUNICARES, estableciendolineamientos que le ayuden a la visibilización y sistematización del trabajo realizado, a través del desarrollo de material impreso, multimedia y cambios físicos en las instalaciones de la institución.

## **4.3 Objetivos Específicos:**

1. Sistematizar el manejo de la imagen visual, gráfica y corporativa de la asociación COMUNICARES a través de la actualización del manual de imagen institucional, unificando los criterios de las y los colaboradores de la institución, para lograr una mejora en la presentación de los resultados de trabajos ejecutados.

2. Actualizar el contenido y modificar el diseño de la página web, con el fin de hacerlo un portal más amigable y cual proyecte una imagen ejecutiva, tanto al público objetivo como a los aliados estratégicos de la asociación COMUNICARES.

3. Mejorar la imagen visual de la papelería corporativa y actualizar el trifoliar, tanto en contenido como su diseño, para que tenga unidad con el portal web de la institución, teniendo con fin fortalecer la promoción de la institución y por ende de sus proyectos.

3. Fortalecer la imagen de las instalaciones de COMUNICARES a través de cambios físicos y la incorporación de nuevos equipos que ayuden al desarrollo del trabajo en un ambiente corporativo.

#### **4.4 Actividades que Operativizan la Estrategia:**

Para el fortalecimiento de la imagen institucional de Asociación COMUNICARES se realizaron las siguientes actividades:

**Productos impresos:** Diseño de hojas y sobres membretados, trifoliar institucional, tarjetas de presentación, diplomas, gafetes, etiquetas para cajas de materiales. Diseño demantas y banners en vinil, para el proyecto la Feria Rodando. Diseño de cuadro con la misión y visión de la institución, manta en vinil del organigrama y manta con el logo de COMUNICARES. Diseño de banners en vinil de los proyectos Chispas al Aire y Juventud al Aire.

**Productos Multimedia:** Elaboración de plantillas de Power Point tanto para niños como para adultos, las cuales se utilizarán en las diferentes capacitaciones que impartirá la institución. Actualización del contenido y del diseño de la página web. Actualización de la Fan Page de la institución. Elaboración y diseño de invitaciones y del cintillo promocional del boletín de prensa para el proyecto la Feria Rodando. Actualización del manual institucional.

**Productos Promocionales:** Lapiceros institucionales.

**Talleres y capacitaciones:** Participación en los talleres de Responsabilidad Social Empresarial, organizado por Centrarse, Guatemala y en el taller sobre la presentación pública del Protocolo para la Protección de Periodistas, Manual de Mecanismos de Protección para Periodistas y Comunicadores/as y de una Guía Práctica para Periodistas y Medios de Comunicación, organizado por la Comisión Presidencial de Derechos Humanos - COPREDEH-.

**Productos que mejoran el aspecto físico de las instalaciones:** Escritorios para oficinas y muebles organizadores. Equipo de cómputo. Organizadores de escritorio. Rótulos identificadores para baños, cocina y bodega. Pintura de color naranja, y blanca para paredes de las instalaciones. Bombillas ahorradoras para todos los ambientes de las instalaciones. Personificadores de escritorio. Persianas de PVC para todas las oficinas. Artículos de oficina (engrapadoras, calculadoras, clips, perforadores, dispensadores de cinta adhesiva, etc.). Teléfonos inalámbricos. Cortina para baño y botes de basura.

#### 4.5 Financiamiento:

<b>Productos</b>	<b>Presupuesto</b>	<b>Entidad que Financia</b>
Tarjetas de presentación	Q. 1,075.00	Asociación COMUNICARES
Trifoliales	Q. 1,600.00	
Sitio página web	Q. 3,500.00	
Mantenimiento de la página web.	Q. 15,000.00	
Mantas y banners vinílicos	Q. 800.00	
Escritorio y muebles organizadores	Q. 1,000.00	
Equipo de cómputo	Q. 7,400.00	
Pintura para oficina.	Q. 500.00	
Artículos de oficina (engrapadoras, calculadoras, clips, perforadores, dispensadores de cinta adhesiva, etc.	Q. 550.00	
Persianas de PVC	Q.1,785.00	
Rótulos para puertas	Q. 95.00	
Personificadores de escritorio	Q. 220.00	
Teléfonos inalámbricos	Q. 500.00	
Bombillas ahorradoras	Q. 360.00	
Botes de basura	Q. 200.00	
Cortina para baño	Q.79.00	
Gastos Administrativos	Q. 2,500.00	
Diseñador	Q. 10,000.00	
<b>TOTAL</b>	<b>Q.46,964.00</b>	

## 4.6 Beneficiarios

El fortalecimiento de la imagen institucional beneficiará a las y los colaboradores de Asociación COMUNICARES y fortalecerá a los proyectos que se desarrollan en pro de la niñez, juventud y mujeres.

## 4.7 Recursos Humanos:

Directora General: Quien dirigirá a la institución y realizará las alianzas estratégicas necesarias para el financiamiento y desarrollo de los proyectos que realice la institución.

Coordinadora de Proyectos: Quien coordine todo lo relacionado con la gestión con los proveedores del proyecto y terceros que participen en los proyectos.

Colaboradores de Comunicares: Quienes colaboran dentro y fuera de las instalaciones de COMUNICARES.

## 4.8 Áreas Geográficas de Acción:

1. Ciudad Capital.
2. Departamentos de Guatemala en los que incide la institución.
3. Países en el extranjero

## 4.9 Cuadro Operativo de la Estrategia:

Actividad o Producto Comunicacional	Objetivo Específico	Presupuesto	Recurso Humano	Área Geográfica de Impacto	Beneficiarios	Fecha de Ejecución
Actualización de página web de la institución.	Informar de manera eficiente al público en general y a los aliados estratégicos sobre los proyectos que está ejecutando y que se ejecutarán.	Q. 18,500.00	1. M.A. Licda Oneida Rodas. Directora de COMUNICARES 2. Web master. 3. Jeniffer Figueroa	1. Ciudad Capital. 2. Departamentos de Guatemala en los que incide la institución. 3. Países en el extranjero.	Asociación COMUNICARES	Junio-Agosto

<b>Actividad o Producto Comunicacional</b>	<b>Objetivo Especifico</b>	<b>Presupuesto</b>	<b>Recurso Humano</b>	<b>Área Geográfica de Impacto</b>	<b>Beneficiarios</b>	<b>Fecha de Ejecución</b>
Papelería institucional  Diseño de trifoliar y tarjetas de presentación	Actualizar el diseño de la papelería institucional.  Informar sobre los servicios y proyectos que realiza la institución al público en general y a sus aliados estratégicos.	Q. 10,000.00	1. M.A. Licda. Onedia Rodas. Directora de Comunicares.  2. Jennifer Figueroa.  3. Colaboradores de Comunicares	1. Ciudad Capital.  2. Departamentos de Guatemala en los que incide la institución.  3. Países en el extranjero.	Asociación COMUNICARES	Junio-Agosto
Actualización de manual institucional.	Empoderar a las y los colaboradores de COMUNICARES sobre las normas gráficas establecidas para la institución.	Q. 5,000.00	1. M.A. Licda. Onedia Rodas. Directora de COMUNICARES.  2. Jennifer Figueroa.  3. Colaboradores de COMUNICARES.	1. Ciudad Capital.  2. Departamentos de Guatemala en los que incide la institución.	Asociación COMUNICARES	Junio-Agosto
Implementación de cambios físicos en las instalaciones de COMUNICARES.	Proporcionar a las y los colaboradores de la institución un ambiente más agradable y cómodo para ejecutar su trabajo y lograr la identificación con la institución.  Brindar a las y los visitantes un ambiente y puedan sentirse identificados con la institución.	Q. 13,500.00	1. M.A. Licda. Onedia Rodas. Directora de COMUNICARES.  2. Jennifer Figueroa.  3. Colaboradores de COMUNICARES.	1. Ciudad Capital.  2. Departamentos de Guatemala en los que incide la institución.	Asociación COMUNICARES	Junio-Julio

## 5. Informe de Ejecución:

Para el fortalecimiento de la imagen institucional de Asociación COMUNICARES, se logró implementar una estrategia de comunicación organizacional que permitió la ejecución de las siguientes actividades:

### 5.1 Actualización de página web:

- **Objetivo de la Actividad:** Informar de manera eficiente al público en general y a los aliados estratégicos de la institución sobre los proyectos que está ejecutando y que se ejecutarán.
- **Público Objetivo:**
  - Asociación COMUNICARES.
  - Público en general.
  - Aliados Estratégicos.
  - Niñas, niños, adolescentes, jóvenes, mujeres y hombres que quieran información sobre temáticas como los derechos de la niñez, VIH y sida, etc.
- **Medio Utilizado:**
  - Ordenadores.
  - Internet.
  - Reuniones ejecutivas.
- **Áreas Geográficas de impacto:**
  - Ciudad Capital.
  - Departamentos de Guatemala en los que incide la institución.
  - Países en el extranjero.
- **Presupuesto invertido en esta actividad:**
  - Q. 18,500.00

### 5.2 Diseño de papelería institucional:

- **Objetivo de la Actividad:** Actualizar el diseño de la papelería institucional.
- **Público Objetivo:**
  - Colaboradores de COMUNICARES.
  - Aliados Estratégicos.
  - Público en general.

- **Medio Utilizado:**
  - Ordenadores.
  - Internet.
  - Reuniones ejecutivas.
  - Programas de diseño gráfico.
  - Diseñador.
- **Áreas Geográficas de impacto:**
  - Ciudad Capital.
  - Departamentos de Guatemala en los que incide la institución.
- **Presupuesto invertido en esta actividad:**
  - Q. 3,000.00

### **5.3 Diseño e impresión de tarjetas de presentación:**

- **Objetivo de la Actividad:** Informar sobre los servicios y proyectos que realiza la institución al público en general y a sus aliados estratégicos.
- **Público Objetivo:**
  - Asociación COMUNICARES.
  - Público en general.
  - Aliados Estratégicos.
- **Medio Utilizado:**
  - Ordenadores.
  - Internet.
  - Reuniones ejecutivas.
  - Programas de diseño gráfico.
  - Diseñador.
- **Áreas Geográficas de impacto:**
  - Ciudad Capital.
  - Departamentos de Guatemala en los que incide la institución.
- **Presupuesto invertido en esta actividad:**
  - Q. 5,000.00

### **5.4 Actualización de manual institucional:**

- **Objetivo de la Actividad:** Sistematizar e implementar las normas establecidas sobre la imagen visual, gráfica y corporativa de Asociación COMUNICARES.

- **Público Objetivo:**
  - Colaboradores de Asociación COMUNICARES.
  - Colaboradores temporales. (Consultores, epsistas y practicantes de nivel medio)
- **Medio Utilizado:**
  - Ordenadores.
  - Internet.
  - Reuniones ejecutivas.
  - Programas de diseño gráfico.
  - Diseñador.
  - Investigaciones.
- **Áreas Geográficas de impacto:**
  - Ciudad Capital.
  - Departamentos de Guatemala en los que incide la institución.
  - Países en el extranjero.
- **Presupuesto invertido en esta actividad:**
  - Q. 5,000.00

## **5.5 Implementación de cambios físicos en las instalaciones:**

- **Objetivo de la Actividad:** Proporcionar a las y los colaboradores de la institución un ambiente más agradable y cómodo para ejecutar su trabajo y lograr la identificación con la institución y brindar a las y los visitantes un ambiente y puedan sentirse identificados con la institución.
- **Público Objetivo:**
  - Colaboradores de Asociación COMUNICARES.
  - Colaboradores temporales (Consultores, epsistas y practicantes de nivel medio).
  - Público en general.
  - Aliados Estratégicos.
- **Medio Utilizado:**
  - Ordenadores.
  - Internet.
  - Reuniones ejecutivas.
  - Programas de diseño gráfico.
  - Diseñador.
- **Áreas Geográficas de impacto:**
  - Ciudad Capital.
- **Presupuesto invertido en esta actividad:**
  - Q. 13,500.00

## 5.6 Programación y Calendarización:

Fase	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
Diagnóstico								
Estrategia								
Ejecución								

## 5.7 Análisis de resultados:

- Con la implementación de las mejoras en el aspecto físico de las instalaciones se percibe una imagen más profesional y ejecutiva de la institución.
- La adquisición de equipo de cómputo ha reducido los tiempos de entrega de los informes y ha aumentado la eficiencia en general.
- La actualización de la página web mejora la imagen de la institución proyectando vanguardismo, profesionalidad y unidad gráfica con el resto de material visual de promoción y presentación de la institución.

## 6. CONCLUSIONES

Al finalizar el proyecto “Estrategia de comunicación organizacional para el fortalecimiento de la imagen institucional de Asociación COMUNICARES” se llegó a las siguientes conclusiones:

- Con la actualización de la información de la página web, se consigue exponer de una manera adecuada y eficaz los proyectos y los logros que la institución alcanza a través de su trabajo.
- La implementación de una nueva imagen gráfica y visual en la página web, permite llegar al público objetivo que se quiere alcanzar, en este caso son todas las instituciones nacionales e internacionales que trabajan en proyectos en pro de la niñez, mujeres y comunidades.
- La definición de una imagen visual de la papelería corporativa y la actualización del trifoliar, tanto en contenido como en diseño, para que tenga unidad gráfica con el portal web de la institución, fortalece la promoción de la institución y por ende de sus proyectos.
- A través del uso de las tarjetas de presentación, las cuales tiene unidad gráfica con el trifoliar institucional y la página web, se logra la identificación de la institución y el establecimiento de nuevas alianzas.
- El manual institucional ayuda a estandarizar procesos para cada una de las tareas relevantes, lo cual es un requerimiento básico para la mejora de la calidad del servicio que la institución ofrezca.
- El mejoramiento físico de las instalaciones, permite que las y los colaboradores de COMUNICARES, se sientan en un ambiente más ejecutivo para desarrollar su trabajo. La adquisición de equipo de computo moderno, ayuda a que se reduzcan los tiempos de entrega de los proyectos ejecutados.
- Con los cambios realizados a las instalaciones, también se logra que los visitantes perciban una imagen profesional de la institución.

## **7. RECOMENDACIONES**

- Es indispensable continuar con la actualización del contenido de la página web, para mantener el canal de comunicación con los aliados estratégicos y público en general.
- Implementar las normas gráficas establecidas en el manual institucional, para que la presentación de los trabajos ejecutados tengan unidad gráfica con el trifoliar, tarjetas de presentación y la página web.
- Utilizar las tarjetas de presentación y el trifoliar institucional en todas las gestiones administrativas con otras organizaciones, como medio de promoción para alcanzar posicionamiento con sus posibles aliados estratégicos.
- Crear un manual de procedimientos, el cual contenga una descripción precisa de cómo deben desarrollarse las actividades y proyectos de la organización, con el fin de orientar al personal.
- Buscar medios alternativos para promocionar la institución y sus proyectos.

## 8.BIBLIOGRAFÍA

Bran, E. (2010) *Manual de Identidad Institucional de la Asociación COMUNICARES*. Universidad de San Carlos de Guatemala.

COMUNICARES, A. (2011). CV profesional. *CV profesional*. Guatemala, Guatemala.

Gobierno Estatal de Chiapas México. (s.f.).

[www.ordenjuridico.gob.mx/Estatal/CHIAPAS/.../CHIAMAN01.pdf](http://www.ordenjuridico.gob.mx/Estatal/CHIAPAS/.../CHIAMAN01.pdf). Recuperado el 24 de Marzo de 2011, de [www.ordenjuridico.gob.mx/Estatal/CHIAPAS/.../CHIAMAN01.pdf](http://www.ordenjuridico.gob.mx/Estatal/CHIAPAS/.../CHIAMAN01.pdf):  
<http://www.ordenjuridico.gob.mx/Estatal/CHIAPAS/Manuales/CHIAMAN01.pdf>

Léon, C. d. (2009). *Estrategia de Comunicación sobre prevención de VIH y sida, salud reproductiva y derechos sexuales. Utilizando la metodología educación - entretenimiento en jóvenes y adolescentes estudiantes*. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.

Méndez, M. L. (2010). *Fortalecimiento de la imagen institucional de la Asociación Comunicares*. Guatemala.

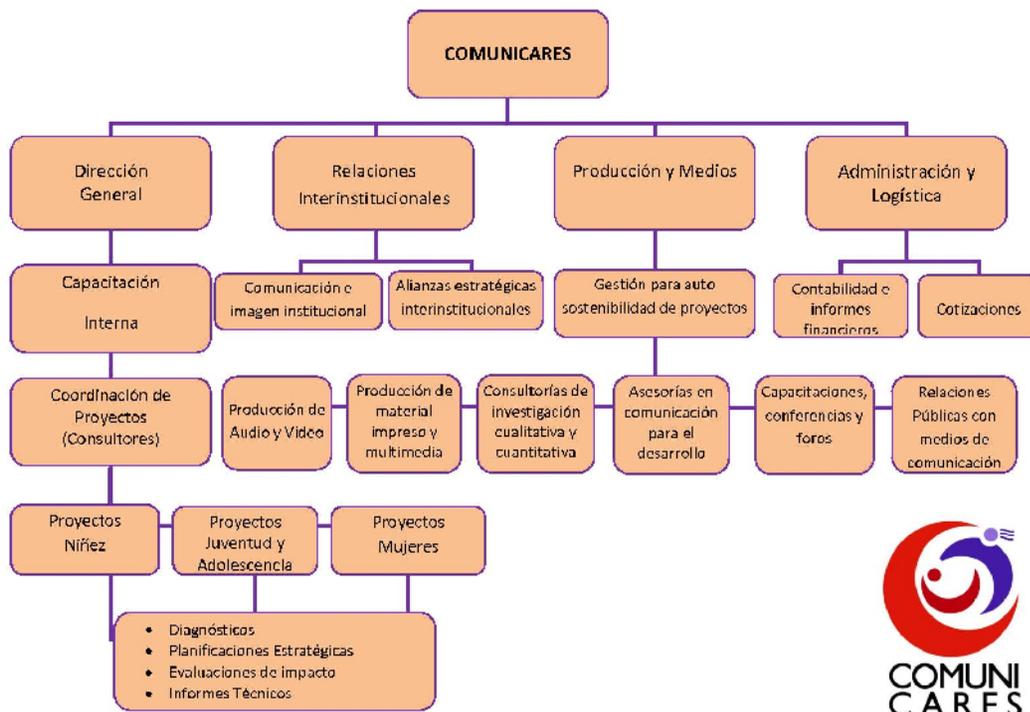
Rodas, M. L. (22 de Junio de 2011). Historia de la Asociación COMUNICARES.

## **ANEXOS**

<b>TÍTULO</b>	<b>PÁGINA</b>
a. Organigrama	35
b. Árbol del Problema	36
c. Gráficas Estadísticas	37
d. Fotografías	45
e. Cronograma de Actividades	47
f. Ejemplos de materiales Ejecutados	48

## 9. ANEXOS

### a. Organigrama Asociación COMUNICARES



## b. Árbol del problema

### Causas

No se cuenta un medio eficaz para comunicarse con el público objetivo y alianzas estratégicas.

Los y las colaboradores de COMUNICARES no utilizan el manual institucional, con parámetros que les ayuden a la adecuada utilización de los signos y a unificar el trabajo.

Página web y trifoliar no cuentan con información actualizada de la institución

### Problema

Desactualización del público objetivo y de sus aliados estratégicos de los proyectos que se realizan, y una mala utilización de los íconos institucionales por parte de las y los colaboradores de COMUNICARES.

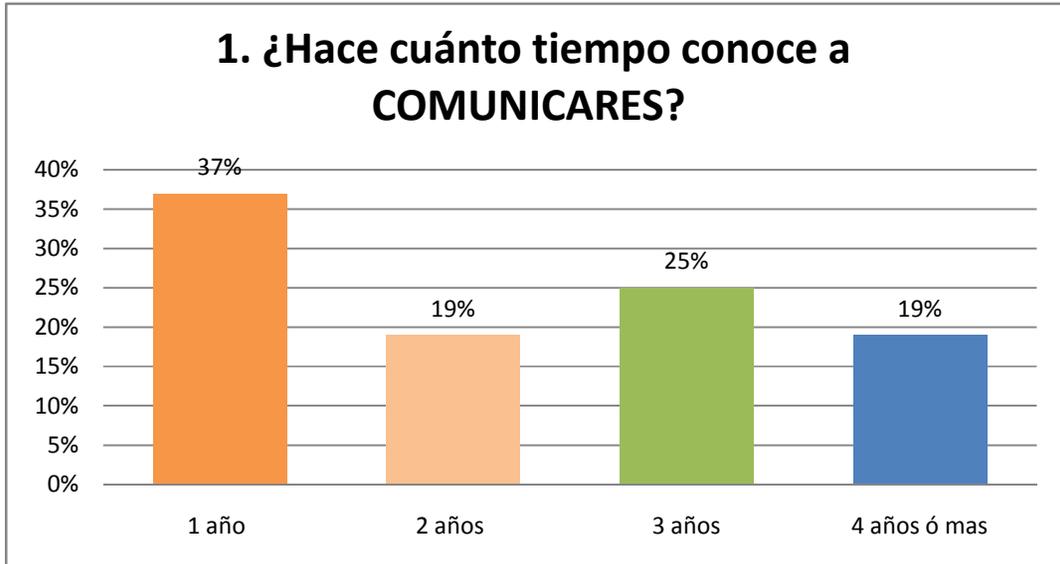
### Efectos

Las relaciones estratégicas no son eficaces

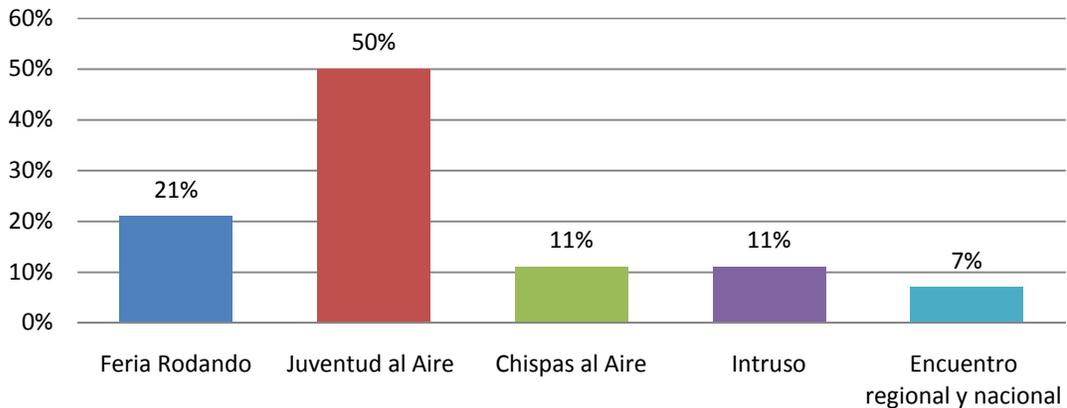
Las y los colaboradores de COMUNICARES no utilizan los íconos institucionales de una forma correcta y los trabajos presentados no tienen uniformidad.

La página web y el trifoliar institucional utilizados no cumplen con su misión

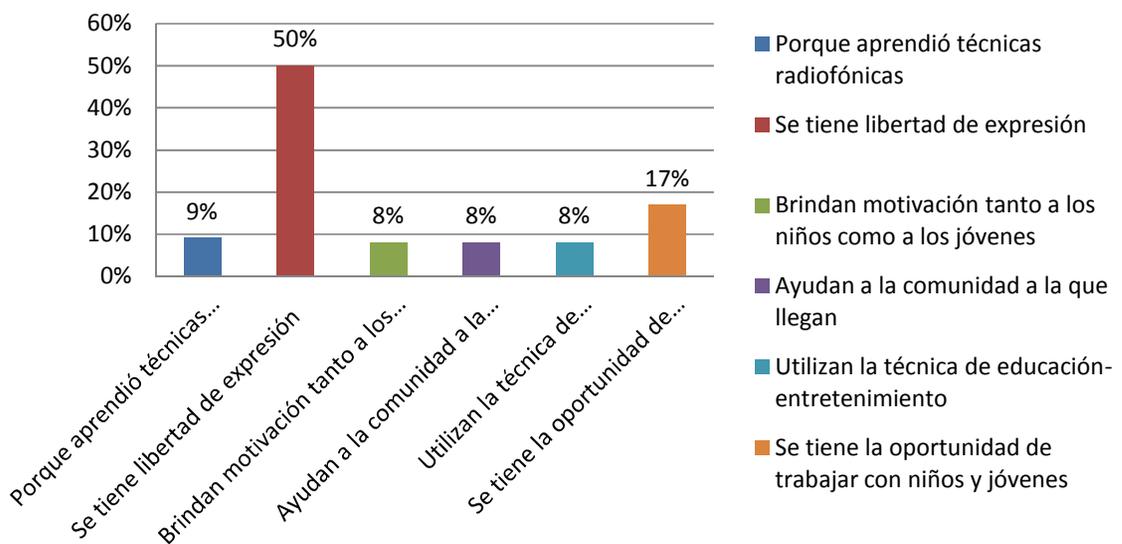
**c. Gráficas estadísticas:**



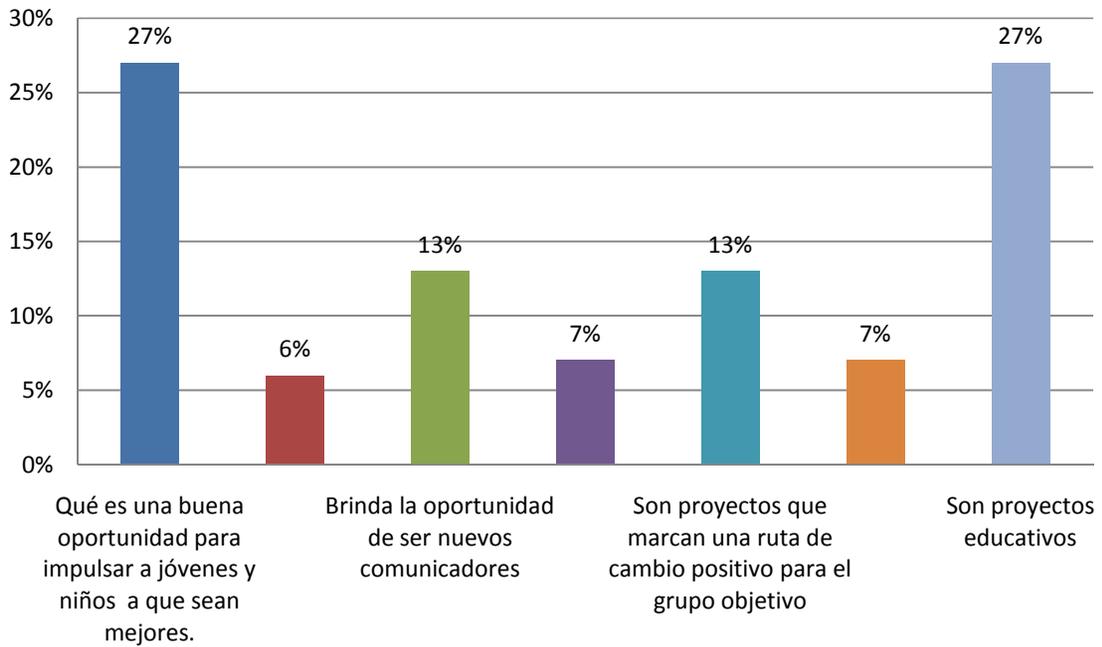
### 3. ¿Cuál de los proyectos que realiza la Asociación COMUNICARES le gusta más?



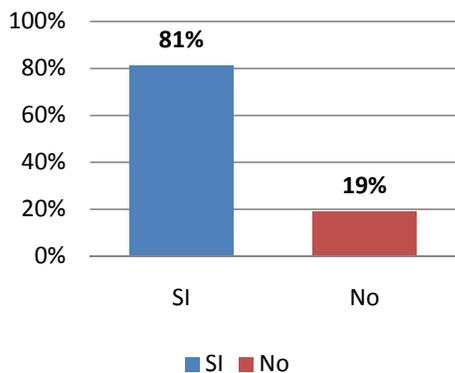
### 3.1 ¿Porqué?



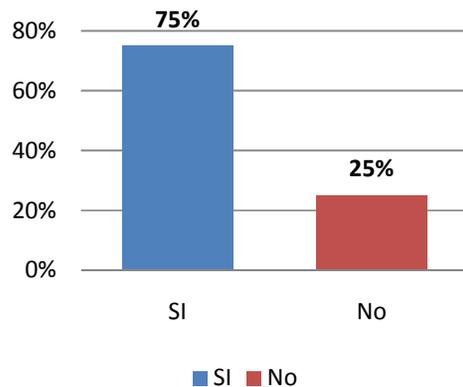
#### 4. ¿Cuál es su opinión sobre los proyectos que realiza la Asociación COMUNICARES?



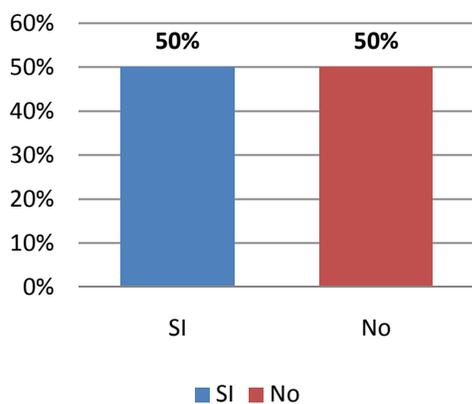
#### 5. ¿Conoce cuál es la misión de COMUNICARES?



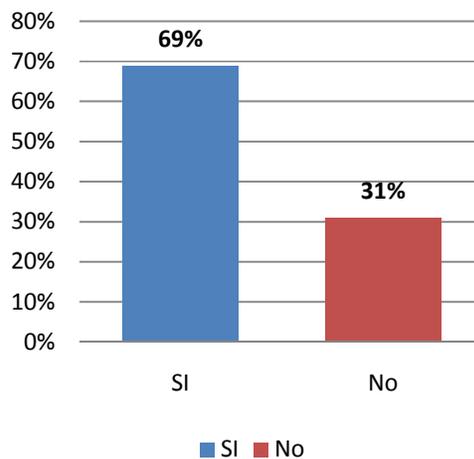
#### 6. ¿Conoce cuál es la visión de COMUNICARES?



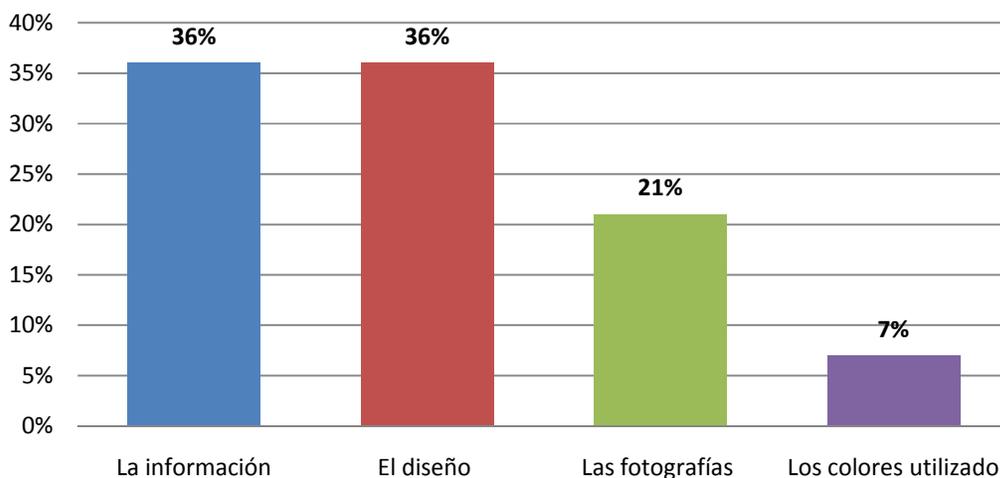
### 7. ¿Conoce cuáles son los objetivos institucionales de COMUNICARES?



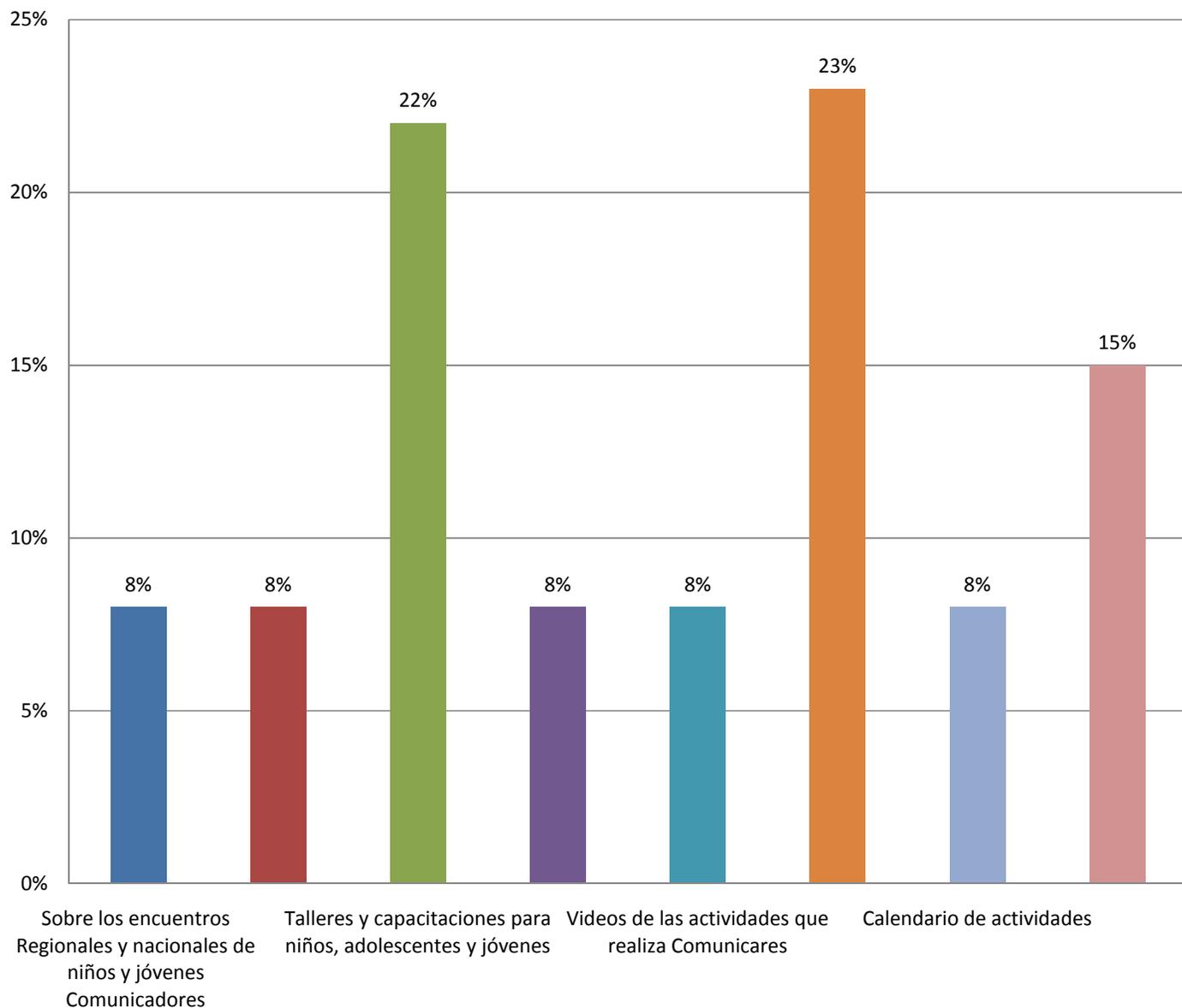
### 8. ¿Ha visitado la página Web de COMUNICARES?



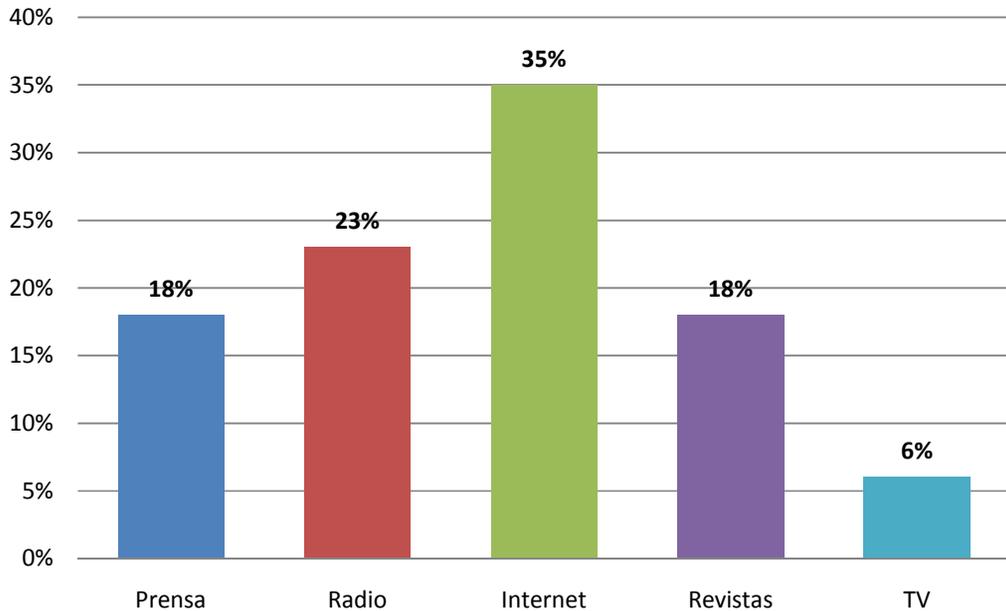
### 9. ¿Qué le llamó más la atención de la página Web?



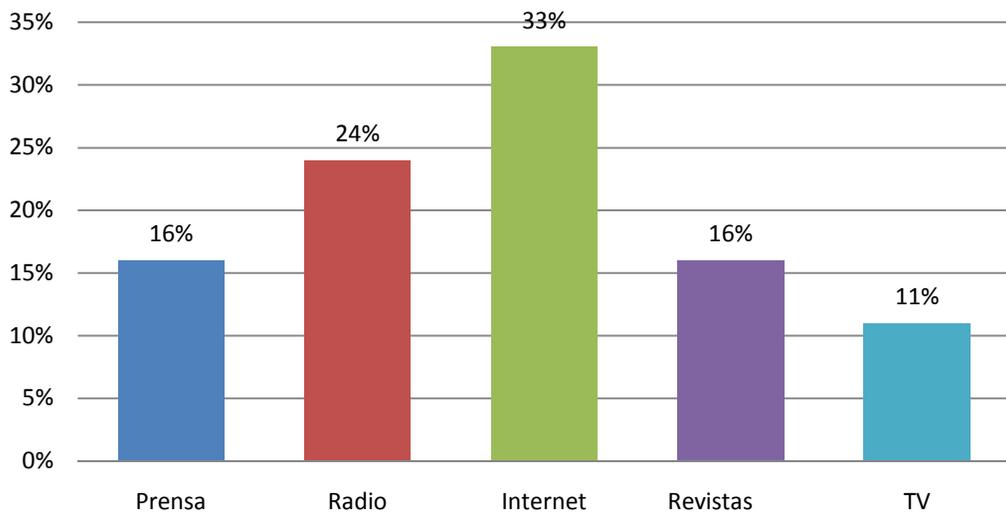
## 10. ¿Qué información le gustaría que se publicara en la página Web?



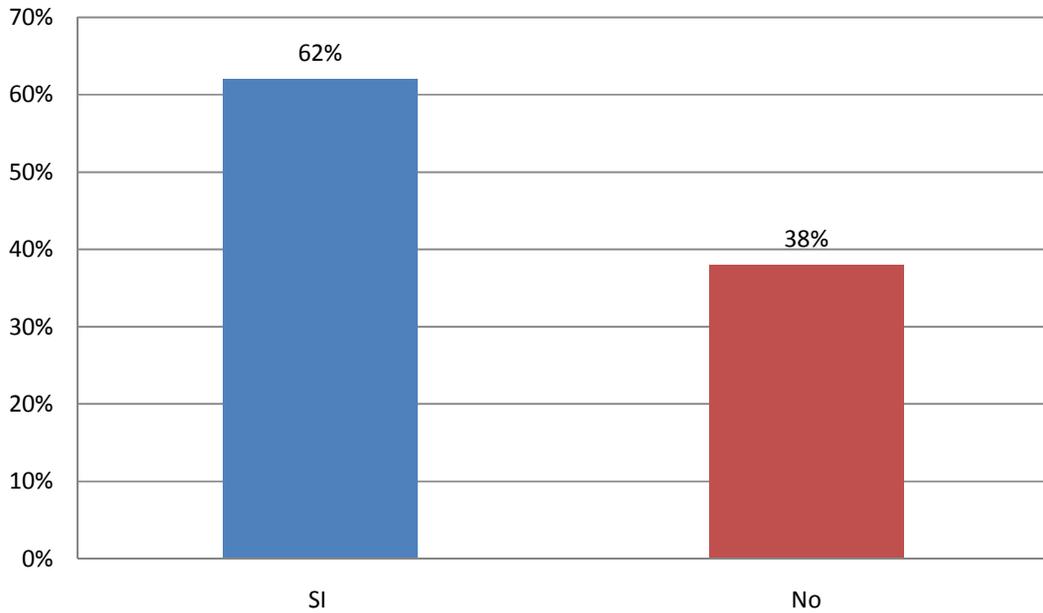
### 11. ¿Cómo sugiere que se publiquen los proyectos y logros de COMUNICARES?



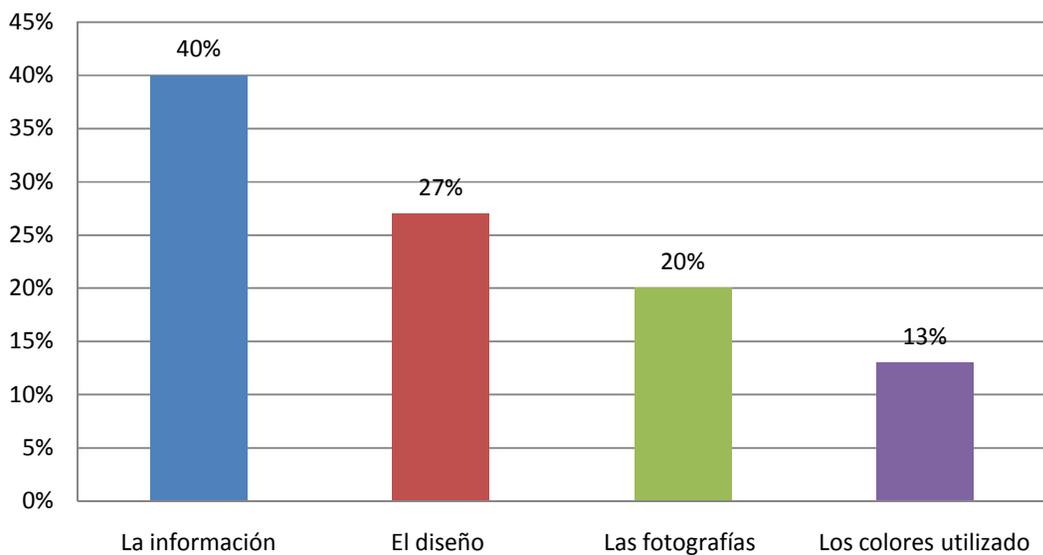
### 12. ¿Por qué medio sugiere que COMUNICARES se deba promocionar?



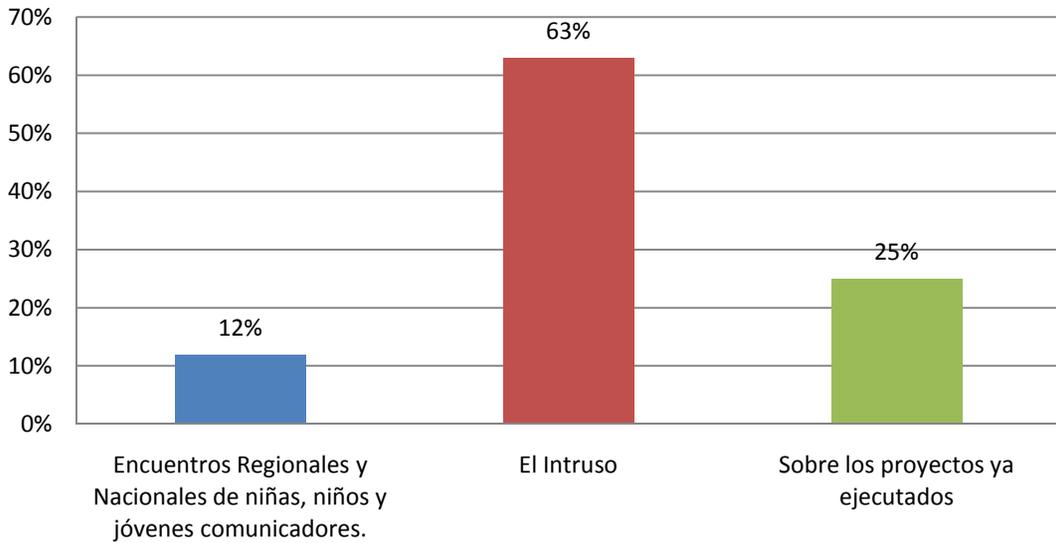
### 13. ¿Ha visto y leído el trifoliar de COMUNICARES?



### 14. ¿Qué es lo que más le llamó la atención del trifoliar?



### 15. ¿Qué información le gustaría que se publicara en el trifold?



#### d. Fotografías



Trabajo ejecutivo.



Equipo de computo nuevo con el que cuentan los colaboradores de COMUNICARES.



Feria Rodando en Retalhuleu.



La Feria Rodando en San Pedro Yepocapa, Chimaltenango, contó con la presencia del Embajador de los Países Bajos.



Taller "Chispas al Aire" Escuela Oficial Urbana Mixta No. 85, Ciudad de Plata 2



**e. Cronograma de actividades de acuerdo a la estrategia:**

<b>Actividades</b>	<b>Fecha</b>
Actualización de página web de la institución.	Junio- Agosto
Papelería institucional Diseño e impresión de trifoliar y tarjetas de presentación	Junio- Septiembre
Actualización de manual institucional.	Junio- Agosto
Implementación de cambios físicos en las instalaciones de Comunicares	Junio-Julio

f. Ejemplos de materiales ejecutados en el proyecto:



