

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

**Fortalecimiento de la Imagen Institucional de la Asociación de Mujeres Camino a la
Superación- ASMUCASU**

SAIRA ARSENIA LARIOS SOTO

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA, NOVIEMBRE, 2012

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

**Fortalecimiento de la Imagen Institucional de la Asociación de Mujeres
Camino a la Superación- ASMUCASU**

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

SAIRA ARSENIA LARIOS SOTO

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

**Asesora
Máster Oneida Rodas**

GUATEMALA, NOVIEMBRE, 2012

Consejo Directivo:

Director:

Licenciado Julio Moreno Sebastián

Secretaria:

M.A. Claudia Xiomara Molina

Representantes de Docentes:

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor González Bártres

Representantes de Egresados:

Lic. Michael González Bártres

Representantes Estudiantiles:

Pub. José Jonathan Girón

Pub. Aníbal de León

Coordinador de EPS:

M.A. Otto Yela

Supervisora de EPS:

M.A. Oneida Rodas



FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO COMUNITARIO
FUNDESCO

Guatemala, Septiembre 10 del 2012

M.A. Otto Yela
Coordinador EPS
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Lic. Yela:

Reciba un cordial saludo de FUNDESCO- Fundación para el Desarrollo Comunitario.

Por este medio hago constar que Saira Arsenia Larios Soto, quien se identifica con carné universitario 200118434, desarrollo su Ejercicio Profesional Supervisado de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, del 20 de Febrero al 31 de Agosto del 2012, por un total 836 horas. Realizando un proyecto de comunicacional con el nombre de "Fortalecimiento de la Imagen Institucional de la Asociación de Mujeres Camino a la superación -ASMUCASU-", bajo la coordinación y enlace entre FUNDESCO y ASMUCASU.

Agradeciendo de antemano su atención a la presente.

Atentamente,


Elizabeth Pedraza
Coordinadora General
FUNDESCO



7a. Avenida 22-06 Zona 12 Villa Lobos ; Tels. 2479-9358; 2477-1720 y 2480049
Guatemala, C. A. Correo Electrónico: fundesco.org@gmail.com



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

Guatemala, 20 de octubre 2012

Estudiante:

Saira Arsenia Larios Soto

Carné: 200118434

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: "FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA ASOCIACIÓN DE MUJERES CAMINO A LA SUPERACIÓN-ASMUCASU".

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. Onelha Rodas
Supervisora EPS Licenciatura

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

DEDICATORIA:

- A DIOS: Por proporcionarme la vida, su infinito amor y su sabiduría; y por permitirme Renacer cada día.
- A MI MADRE: Sara Soto. Por su vida, su entrega, su energía luchadora, a ella por su incansable valor.
- A MI PADRE: Tomas Larios (Q.E.P.D.) Por su historia, sus errores y sus aciertos, por todo su legado que corre en mi sangre. Porque a partir de todo ello me permito construir mi propia historia.
- A MIS HERMANAS (OS): Lesbia, Mayra, Esvin y Edgar. Por el camino que cada uno ha tomado, porque me han dado surcos para alcanzar lo anhelado. Por su cariño y apoyo incondicional.
- A MI COMPAÑERO DE VIDA: Alejandro Carranza. Por los momentos compartidos, por las coincidencias en que nos hemos encontrado. Por el reto al que los dos estamos encaminados. Simplemente por estar ahí.
- A MI BEBE: Andrés, mi inspiración para todo lo que emprendo, fruto de la búsqueda del amor y la felicidad, por enseñarme a sonreír y a vivir sin complicaciones.
- A todos mis seres queridos, parientes, amigas(os), compañeras (os), que no me atrevo a Mencionar, porque son muchas las personas que me han guiado y motivado con su actitud. A todos ustedes con los que he compartido a lo largo de mi vida, por las huellas que han dejado en mi interior, por la lección aprendida y por la dicha de habernos conocido.
- A ASMUCASU: Mujeres que se merecen mi admiración, por su constancia, su lucha, sus ganas de cambiar el mundo. Porque de la mano de ustedes di un salto en mi carrera profesional. Gracias por existir.

Abstract

El proyecto comunicacional denominado “Fortalecimiento de la Imagen Institucional de la Asociación de Mujeres Camino a la Superación”, es una estrategia propuesta, en el marco del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos. Su objetivo es aportar desde las ciencias de la comunicación a través de la investigación, a fortalecer, orientar y resolver las debilidades de la organización en el ámbito de la comunicación. De acuerdo a los resultados que arrojó el diagnóstico, el proyecto se encaminó hacia la comunicación organizacional desde un enfoque de género. Para ubicar las necesidades comunicacionales de dicha organización se realizó la fase de diagnóstico, utilizando técnicas cualitativas y cuantitativas, las cuales mostraron la problemática comunicacional en la que se enmarca la estrategia del presente proyecto, “falta de identidad organizativa”. La asociación como tal y sus integrantes presentaban las siguientes características: Falta de apropiación de sus capacidades individuales, carencia de identidad del trabajo organizativo, poca participación e integración en el trabajo, escasa proyección de la organización, falta de materiales corporativos; todo esto afectaba la estabilidad de la misma, no permitiendo un avance significativo en sus diferentes procesos. Para responder a esta problemática se propuso la estrategia de comunicación que consistió en tres etapas, que se fueron integrando de acuerdo a las actividades que realizaba la asociación. En la primera etapa se abordó la identidad individual, buscando fortalecer las capacidades de las mujeres, un proceso personal que apostaba a mejorar las relaciones interpersonales. En la segunda fase que se trabajó paralelamente, se abordó la identidad organizativa con el fin de proveer de herramientas comunicacionales a la organización. La tercera etapa de la estrategia consistió en actividades de proyección social, que buscaban la creación de la imagen institucional a nivel externo, promoviendo el trabajo de la organización. Durante las tres etapas de la estrategia se propuso trabajar desde una perspectiva de género, abordando los roles, las capacidades y los derechos de las mujeres. Al final de la ejecución se pudo constatar que las mujeres proyectan otro perfil de vida y de organización, mostrando mayor interés en su situación individual y organizacional. A través de todo este proceso de investigación y aplicación de algunas técnicas y/o herramientas de la comunicación se pudo concluir, que las mujeres necesitan la creación de sus propios espacios y el fortalecimiento de sus capacidades individuales para que a partir de allí aporten y fortalezcan a la organización. La organización como tal necesita fortalecer sus mecanismos de comunicación e implementar medios y herramientas con un enfoque de género que les permita acercarse y sensibilizar a otras mujeres.

ÍNDICE

1. Introducción	1
2. Justificación	3
3. Diagnóstico	4
3.1 Institución	4
3.1.1 Ubicación Geográfica.....	4
3.1.2 Integración y Alianzas Estratégicas	4
3.1.3 Origen e Historia	4
3.1.4 Departamentos o Dependencias	5
3.1.5 Misión	6
3.1.6 Visión	6
3.1.7 Objetivos Institucionales	6
3.1.8 Público Objetivo	7
3.2 Objetivo del Diagnóstico.....	7
3.2.1 Objetivo General del Diagnóstico	7
3.2.2 Objetivo Específico del Diagnóstico.....	7
3.3 Técnicas de recolección	7
3.3.1 Observación.....	8
3.3.2 Documentación	10
3.3.3 Entrevistas a profundidad	19
3.3.4 Grupos Focales.....	22
3.3.5 Encuestas	24
3.4 Problema Comunicacional	26
3.5 Indicadores	26
3.6 FODA	26
3.7 Aspectos que Viabilizarán la Estrategia	27
3.8 Aspectos que podrían limitar los resultados	28
4. Proyecto a Desarrollar	28
4.1 Descripción Técnica de la Estrategia	28
4.2 Objetivo General de la Estrategia	29
4.3 Objetivo Específico de la Estrategia.....	29

4.4 Actividades que Operativizan la Estrategia	29
4.5 Financiamiento	31
4.6 Presupuesto	33
4.7 Beneficiarios	34
4.8 Recursos Humanos	34
4.9 Áreas Geográficas de Acción	35
4.10 Cuadro Operativo de la Estrategia	36
5. Informe de Ejecución	38
5.1 Talleres de Identidad Individual.....	38
5.2 Taller de Identidad Organizativa	38
5.3 Cuadernillo de Actividades practicas-Diario de Mujer	39
5.4 Trifoliar	40
5.5 Reuniones con Comisión de Comunicación.....	40
5.6 Taller Reafirmando Nuestra Organización-Plan Estratégico.....	41
5.7 Cartelera Institucional.....	42
5.8 Material Gráfico-Biografía Institucional	42
5.9 Logotipo Institucional.....	43
5.10 Relanzamiento de la Asociación-Campaña de Sensibilización.....	43
6 Programación y Calendarización	45
7 Conclusiones	47
8 Recomendaciones	48
9 Bibliografía	49
Anexos.....	50
a. Organigrama de la Institución	50
b. Árbol del Problema	51
c. Gráficas Estadísticas	52
d. Cronograma de Actividades de Acuerdo a la Estrategia	61
e. Fotografías.....	62
f. Cronograma de Actividades de EPS	67
g. Ejemplos de Materiales Ejecutados en el Proyecto.....	68

1. Introducción

El presente informe contiene las fases para la ejecución de una estrategia de comunicación, que inicia con la apreciación de la situación comunicacional y organizativa que se da a nivel interno y externo de la Asociación de Mujeres Camino a la Superación- ASMUCASU. Con el fin de determinar un problema comunicacional y elaborar una propuesta de comunicación que favorezca a la Asociación.

En la primera fase, el diagnóstico, se encontrará la misión, visión, objetivos institucionales, ubicación geográfica, grupo objetivo, entre otros datos institucionales; información que da un primer panorama y permite ubicarnos en la naturaleza, estructura y ejes de acción de la organización.

El diagnóstico está fundamentado en varias técnicas de investigación a través de las cuales se logró recopilar información de la dinámica de la organización y ubicar las problemáticas que están afectando dicha organización, haciendo una priorización de estos y vinculándolo con la comunicación.

Los principales hallazgos de este diagnóstico fueron:

- ✓ Las relaciones interpersonales entre las integrantes se encuentran afectadas
- ✓ Bajo nivel de empoderamiento de las mujeres: nulo reconocimiento de sus capacidades, habilidades y destrezas.
- ✓ Bajo nivel de identificación del trabajo organizativo por parte de las integrantes: no se cuenta con un plan de trabajo de la organización y la mayoría aunque conoce los fines de la organización, no se ha apropiado del trabajo organizativo.
- ✓ Falta de reconocimiento del trabajo organizativo por parte de la comunidad: la comunidad no la identifica como una asociación y no conoce su trabajo.

Luego de realizar el análisis correspondiente al diagnóstico de comunicación, se diseñó una estrategia para mejorar los problemas detectados; cuyo fin era el de proveer de herramientas de comunicación a la organización a fin de fortalecer la imagen institucional y el proceso de comunicación entre las integrantes.

La segunda fase, la estrategia, fue una propuesta de productos y/o actividades comunicacionales que buscaban responder a la problemática identificada. En esta propuesta se proyectó fortalecer la imagen institucional de la Asociación, trabajando la identidad en tres niveles: individual, organizativo y comunitario, partiendo que la identidad es “el sentido de dirección, compromiso, autoaceptación y fidelidad a sí mismo; convicciones, creencias, ideología. (Erick, 1980)

La identidad como tal, “da significado a la conjugación de los logros del pasado con las vivencias presentes, y los proyectos para el futuro, asumiendo valores propios, status y roles sociales diferentes y comportamientos congruentes con todo ello”. (Erick, 1980); Para esto se proponen actividades que contribuyen al reconocimiento de esta identidad. Se planteó trabajar la identidad individual de las mujeres a través del fortalecimiento de sus capacidades. Se

diseñaron cuatro talleres que se les denominó “talleres de género” que abordaron temas como: identidad de género, sexualidad, los placeres y violencia de género; este proceso fue acompañado de un cuaderno de ejercicios prácticos (diario de mujer) que vino a aportar en reconstruir esa identidad y elevar el autoestima de las participantes.

Para abordar el nivel organizativo dentro de la estrategia, se trabajó paralelamente la identidad organizativa. Dentro de esto se propuso la revisión del plan estratégico de la asociación, el fortalecimiento de la comisión de comunicación, la creación de materiales corporativos (logotipo, trifold, autobiografía gráfica, cartelera); y un taller de identidad organizativa que vino a reconfirmar la imagen institucional construida.

La estrategia fue un proceso en dos sentidos, lo individual y lo grupal, empoderando a las mujeres de sus capacidades y creando una imagen de la asociación, proceso en el que se integró todo el grupo participante.

La tercera etapa de la estrategia se enfocó en la construcción de la imagen institucional a nivel externo, a través de una actividad de relanzamiento de la asociación que consistió en tres días de actividades de acuerdo a la imagen que querían trasladar. Estas actividades fueron: una jornada médica, jornada lúdica, y jornada cultural. Además se propuso vincular a este relanzamiento una campaña de sensibilización en el marco de los derechos de las mujeres, la campaña denominada “Por los Derechos de las Mujeres”. La cual consistió en la realización de murales en la sede de la asociación y en algunos puntos claves de la comunidad, murales que se realizaron durante tres días, al mismo tiempo que las actividades de relanzamiento. En estos murales las mujeres manifestaron sus derechos e imprimieron sus voces, a la vez que fortalecieron sus capacidades a través de la pintura, imaginación y creatividad. Para estas dos actividades se hicieron propuestas de volantes, afiches y mantas, con un solo concepto, “Las Mujeres queremos que nuestros voces se escuchen”.

La fase de la ejecución del proyecto consistió en llevar a cabo las actividades propuestas con el grupo beneficiario, las cuales se fueron realizando correspondientemente a la elaboración de diagnóstico y la estrategia. En el recorrido se fue comprobando que la estrategia a ejecutar era pertinente para la organización. De tal forma en el desarrollo de este proyecto se fue confirmando la integración de las mujeres y el interés por contar con espacios integrales de participación, logrando definir una visión personal y organizativa más prometedora.

2. Justificación

El presente proyecto es parte del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS), requisito indispensable para optar al título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Pretende exponer el proceso que llevó a detectar y ejecutar una estrategia de comunicación, conceptualizar el marco y las acciones realizadas por la Asociación de Mujeres Camino a la Superación –ASMUCASU- y el efecto que este proceso causó a nivel organizativo.

Se realizó partiendo de las necesidades urgentes y visibles de comunicación de la asociación ASMUCASU, como por ejemplo: el no contar con un diagnóstico de la situación organizacional, el no tener estabilidad organizacional, el no contar con material comunicacional, entre otras; necesidades que fueron manifestadas por parte de FUNDESCO, la ONG acompañante de la asociación. (Fundación para el Desarrollo Comunitario , 2011)

“La comunicación es un acto fundamental en nuestras vidas que se produce a todas horas y en todos los niveles en todo el mundo, pero no fue hasta el siglo XX cuando adquirió la importancia académica que realmente requería. Hoy en día, somos conscientes de que en nuestra vida, todo comunica. Nuestra ropa, nuestros comportamientos, nuestras miradas, nuestras entonaciones, no son más que ejemplos de la comunicación que continuamente establecemos con lo que nos rodea. Y en ese sentido, como organización que trabaja con personas y se desarrolla en el ámbito social, está plenamente afectada por la comunicación. De hecho, la comunicación ha tomado en nuestros días un lugar fundamental en nuestras empresas.”(Fajardo, 2007) Sin embargo muy pocas organizaciones tiene la posibilidad de disponer de presupuesto para esta área tan importante, y ASMUCASU no es la excepción pues carece de fondos para profundizar en temas como la comunicación y se va dejando para un segundo plano sin analizar la importancia que este aspecto tiene para los procesos organizativos. Como profesional de la Comunicación se intencionó aportar al trabajo organizativo de las mujeres, desde las herramientas que la comunicación ofrece y a través de un proceso de evaluación y propuesta de estrategia comunicacional.

Es importante mencionar que la intervención de una profesional de la comunicación y por ser un agente externo, tiene otra lectura de los problemas encontrados, pues quizás anteriormente se habían identificado las problemáticas, más no se había planeado una propuesta que fuera integradora; es decir que aborde lo individual y lo colectivo, lo personal y lo organizativo. Además la intervención de la comunicación permite percibir y abarcar varios ámbitos (cultural, social, político,) que afectan y que aportan a las relaciones entre las personas.

También se ve la estrategia comunicacional como una propuesta de fortalecimiento a un proyecto de empoderamiento que la Fundación para el Desarrollo Comunitario-FUNDESCO está trabajando actualmente con la Asociación como parte del acompañamiento y asesoría que les brindan.

El EPS realizado en ASMUCASU, durante la primera etapa del diagnóstico, permitió conocer las necesidades de la organización para generar propuestas y estrategias acordes a esas necesidades haciendo uso de las herramientas que a través de la carrera de Ciencias de la

Comunicación se han adquirido para realizar el cambio y aporte a la institución. Para finalizar, este informe, parte del hecho que para intervenir en cualquier situación es necesario conocer, investigar y profundizar, para encontrar el punto exacto donde apuntar con la estrategia, hacia donde dirigir los esfuerzos y recursos y lograr los objetivos deseados; viendo a la estrategia de comunicación en su conjunto como una serie de acciones bien planificadas que se propone lograr ciertos objetivos a través del uso de métodos, técnicas y enfoques de comunicación (Manual Los principios para el diseño de una estrategia de comunicación)

Se pretende interesar a profesionales y académicos a continuar con la tarea de enriquecimiento del tema de la comunicación organizacional con enfoque de género, pues la importancia social del presente informe desde el plano organizacional, es la concientización de los entes coordinadores y/o fundadores de organizaciones, de la creación, recuperación y visibilización de la identidad como base de la imagen y cultura institucional viéndolo como parte esencial de la vida de toda organización. Desde el plano académico, es un aporte para los estudiantes de las ciencias de la comunicación orientada a las organizaciones, porque brinda un enfoque integral de la construcción de identidad o imagen institucional.

3. Diagnóstico

3.1. Institución

Asociación de Mujeres Camino a la Superación, ASMUCASU.

3.1.1 Ubicación Geográfica

La sede de la Asociación está ubicada en el Caserío Monja Blanca, aldea Chichimecas Villa Canales

3.1.2 Integración y Alianzas Estratégicas

La Asociación de mujeres ASMUCASU desde su origen recibe acompañamiento, y financiamiento de Fundación para el Desarrollo Comunitario-FUNDESCO- quien les forma y asesora en sus procesos organizativos y de proyección a la comunidad.

3.1.3 Origen e historia (Fundación para el Desarrollo Comunitario , 2011)

La comunidad Monja Blanca inició a raíz del huracán Mitch. Fue conformada el 17 de diciembre de 1998 por 75 familias procedentes de diferentes áreas de la periferia de la ciudad capital. La comunidad no cuenta con red de drenajes, las aguas negras corren a flor de tierra. Se cuenta con un pozo que abastece de agua a la comunidad, agua que se encuentra contaminada y que se abastece cada 8 días. Las calles se encuentran en mal estado y con las lluvias se ponen en peores condiciones.

En el municipio existe un centro de salud que no tiene la capacidad suficiente de atender a toda la población y estos se ven en riesgo por no ser atendidos o buscar otras opciones que no garantizan la calidad en salud.

La población tiene un bajo nivel de escolaridad, particularmente las mujeres, quienes únicamente han cursado primero y segundo primaria. En la comunidad no existen fuentes de empleo, por lo que hombres y mujeres salen a trabajar a la capital como albañiles, operarios de máquina y ventas informales; Allí mismo existen algunos negocios informales: tortillerías, tiendas, verdulerías, pollerías, librerías.

En 1999 con el acompañamiento de FUNDESCO se inicia la escuela sin contar con infraestructura adecuada. En el año 2000 el grupo Roger llega a trabajar con la juventud. Las mujeres se organizan iniciando con la formación de promotoras de salud voluntarias.

En el 2004 Se logra la construcción de la escuela y la sede de la organización, constituyéndose legalmente como una organización que promueve el desarrollo integral de mujeres y niños enfocándose en el problema de la salud, buscando mejorar las condiciones sociales, organizativas y económicas.

Se implementan talleres de formación integral y política, jornadas de salud, formación técnica: corte y confección, manualidades, piñatas y cocina. Se inicia con proyectos productivos: librería, farmacia y jardín infantil. Actualmente cuentan con el proyecto de librería y la intención de activar la farmacia, aunque con limitantes económicos, además cuentan con espacios de formación en fortalecimiento organizativo y formación política. Actualmente son 12 socias activas, de las cuales cinco son las que más se involucran. La proyección hacia la comunidad es a través de jornadas médicas.

Dentro de los principales problemas identificados en ASMUCASU está la inestabilidad organizativa y económica y la poca participación que se deriva de los problemas comunitarios que afectan a las mujeres.

ASMUCASU por sus siglas, Asociación de Mujeres Camino a la Superación, es una Organización civil no lucrativa, política no partidista, no religiosa que se dedica a promover el desarrollo integral de salud de la población de Monja Blanca y comunidades circunvecinas que atiende especialmente las necesidades de las mujeres y niños en atención a la salud, así como también el mejoramiento social, económico, ambiental, cultural y recreativo. (Fundación para el Desarrollo Comunitario , 2011)

3.1.4 Dependencias (Fundación para el Desarrollo Comunitario , 2011)

ASMUCASU está conformada de la siguiente manera:

- Asamblea General
Integrada por 20 socias nombradas en Asamblea General Ordinaria del 2011

- Junta Directiva
 - Presidenta: Carmen Ajpacaja Gómez
 - Vicepresidenta: Inocenta Tebalal
 - Tesorera: María Hortensia Ramírez
 - Secretaria: Yesenia Pérez
 - Vocal 1: Cindy Pérez
 - Vocal 2: Ludmi Bámaca
 - Vocal 3: María Herrera

- Comisiones de Trabajo

- Comisión de Proyectos a la comunidad
- Comisión de Comunicación
- Comisión de Gestión
- Comisión de Formación (Fundación para el Desarrollo Comunitario-FUNDESCO-, 2011)

3.1.5 Misión de ASMUCASU

Brindar espacios de desarrollo integral, capacitación técnica, artística, educación y proyectos productivos que fortalezcan las capacidades de las mujeres con el fin de lograr mayor incidencia a nivel local y desarrollo comunitario. (Fundación para el Desarrollo Comunitario-FUNDESCO-, 2011)

3.1.6 Visión de ASMUCASU

Convertirnos en una alternativa de desarrollo para la comunidad que proyecte a la mujer como un actor de cambio, ser un espacio organizativo que atienda las necesidades específicas de mujeres y niños en salud, mejoramiento social, económico, ambiental cultural y recreativo. (Fundación para el Desarrollo Comunitario-FUNDESCO-, 2011)

3.1.7 Objetivos Institucionales de ASMUCASU

- General:
 - Promover el desarrollo integral de la mujer mediante espacios educativos y formativos, creación de proyectos productivos y gestión de recursos para el mejoramiento de vida de la comunidad de Monja Blanca, Villa Canales.
- Específicos:
 - Crear espacios de educación integral que fortalezcan las capacidades de las mujeres.
 - Implementar proyectos productivos que aporten a la economía personal y de la organización.
 - Gestionar recursos económicos y materiales para el mejoramiento de la organización y de la comunidad. (Fundación para el Desarrollo Comunitario-FUNDESCO-, 2011)

3.1.8 Público Objetivo de ASMUCASU

Mujeres en condiciones de pobreza, procedentes del caserío Monja Blanca y comunidades aledañas, con deseos de formarse y superarse, sin distinción de raza y religión. (Fundación para el Desarrollo Comunitario-FUNDESCO- , 2012)

3.2 Objetivos del Diagnóstico

3.2.1 Objetivo General del Diagnóstico

Identificar un problema de comunicación organizacional en la Asociación de Mujeres Camino a la Superación, para elaborar una propuesta de estrategia de comunicación.

3.2.2 Objetivo Específico del Diagnóstico

- ❖ Establecer el nivel de empoderamiento individual de las mujeres que integran ASMUCASU.
- ❖ Definir el nivel de identificación de las integrantes con el trabajo organizativo de la Asociación.
- ❖ Establecer cómo se da la divulgación de la Asociación hacia la comunidad.

3.3 Técnicas de Recolección

Las técnicas que se utilizaron para la ejecución del proyecto fueron:

- ❖ Observación
- ❖ Entrevistas
- ❖ Grupos Focales
- ❖ Encuestas

Para la recopilación de información se tuvieron varias visitas de campo, participación en reuniones y talleres, en los cuales se pudo observar varios aspectos importantes de la asociación.

Se realizaron tres entrevistas a profundidad, una con la coordinadora general de FUNDESCO, Elizabeth Pedraza, otra con la Presidenta de ASMUCASU, Carmen Ajpacaja; y una tercera con la tesorera de la Asociación, María Ramírez, por ser una de las socias más antiguas. Se enfocaron las preguntas en el FODA, metodologías, características y necesidades de la asociación.

Para reforzar la información cualitativa obtenida en las entrevistas, se realizaron grupos focales con algunas de las mujeres que integran la asociación y que más participan en las actividades.

Por último se realizaron encuestas con las integrantes de la asociación, para definir el nivel de identidad y comunicación de la asociación a nivel interno y externo.

3.3.1 Observación

A través de la técnica de la observación se pudo constatar las formas de organización, las metodologías de trabajo, las formas de relacionarse, la estructura y condiciones de las instalaciones, las características de las participantes, entre otras. Para la observación se participó de reuniones de trabajo, talleres, pláticas informales, visitas de campo y revisión de informes fotográficos.

Se inició con la observación de varios elementos alrededor de la organización: documentos, estructura física, metodologías de reuniones, características de las participantes y características de la comunidad. Dentro de esto cabe destacar:

Instalaciones

Dentro de las características de la sede de la asociación se pueden mencionar: estructura de block, sin acabados, techo de lamina con algunos agujeros, ambientes ajustados, 6 espacios funcionales (cocina, salón de reuniones, oficina, salón de niños, librería, farmacia), balcones ventanas y puertas en malas condiciones, sanitarios con defectos de instalación y en malas condiciones, no cuentan con drenaje, energía eléctrica compartida con las instalaciones de la escuela, mobiliario y equipo en malas condiciones, escasa higiene y ornato del lugar.

La sede está ubicada a un costado de la escuela de la comunidad. Siendo un área de riesgo pues el terreno es inclinado y a su alrededor hay mucha vegetación.

Se pueden observar documentos y mobiliario deteriorados por estar abandonados.

Metodología de trabajo-Formas de relacionarse

No tienen días ni horario fijo para sus actividades, pero la mayoría coinciden en jornadas de la tarde entre semana, pues los fines de semana lo dedican a su familia. Sus actividades en su mayoría son convocadas por la organización acompañante (FUNDESCO) y fuera de lo que ellos le sugieren son muy pocas las actividades que realizan. Cuentan con talleres que van desde la formación política, autoestima, salud, alfabetización. Además tienen instalados dos pequeños proyectos productivos o de sostenibilidad financiera (una librería y farmacia), con escaso producto y mobiliario; también se pueden observar cunas, estufas, colchonetas, pues contaron con un jardín infantil y aún tienen la intención de reaperturarlo. (Larios, 2012)

Las reuniones que realizan son coordinadas por dos o tres integrantes y luego se les comunica a las demás de puerta en puerta, la mayoría confirma su participación sin embargo la asistencia es poca, las participantes se involucran poco, llegan tarde y se retiran antes de finalizar la reunión. Son exigentes, observadoras, críticas, algunas tímidas y otras desmotivadas.

Imagen Corporativa

En relación a la imagen de la institución no se observa ningún elemento de comunicación que informe o proyecte a la organización, no cuentan con logotipo, trifoliales, ni manuales internos. La imagen está en construcción pues se encuentran en proceso de revisión de su plan estratégico. Lo único que tienen impreso y que es parte del origen de la institución, son sus estatutos y constitución de la misma. No se ubican carteles, fotografías u otra clase de material que de a conocer la organización. Cada una por su parte tiene una idea o sueño de la organización, no se hace notar la integración.

Estructura organizativa

De acuerdo a un dibujo plasmado por sus propias manos están integradas en una asamblea de 20 socias, de las cuáles únicamente están activas 13. Cuentan con una junta directiva que les dirige y tienen definido conformar comisiones de trabajo de acuerdo a sus ejes, sin embargo mencionan que no han funcionado, pues las integrantes desconocen sus atribuciones. Las comisiones que aparecen en la figura son: Comisión de formación, comisión de comunicación, comisión de servicios comunitarios, comisión de proyectos productivos.

La Asociación se encuentra débil en su estructura organizativa pues de las integrantes de la junta directiva electas únicamente asumen su compromiso la presidenta y la tesorera.

Proyección social

Por fuera la apariencia de la sede no comunica nada respecto al trabajo de la asociación. Las paredes no tienen el acabado final, están manchadas y sucias. No cuentan con material impreso o gráfico que puedan distribuir en la comunidad para dar a conocer su trabajo. Para proyectarse en la comunidad han utilizado jornadas médicas (de acuerdo a varias mantas que se encuentran abandonadas) que al parecer es uno de los temas que les llama la atención, sin embargo durante estas actividades no han contado con material para distribuir o colocar, material que proyecte a la organización, algunas veces se han dado algunos mensajes por medio de micrófono.

Comunicación

No todas tienen conocimiento del horario de las reuniones y actividades, llegan tarde, manifiestan no conocer de lo que se está hablando, algunas se contradicen, no le dan seguimiento a sus acuerdos, no cuentan con documentos escritos que les apoye en este seguimiento. Muy pocas toman nota y no se comparten la información. No cuentan con mecanismos para archivar los diferentes procesos-actividades (avances, propuestas, conclusiones). Cuentan con una secretaria que participa muy poco y no asume su compromiso. La comisión de comunicación está conformada únicamente por dos personas que no saben leer ni escribir y desconoce sus funciones.

3.3.2 Documentación:

Dentro de las definiciones que se utilizan para sustentar este proyecto comunicacional están las siguientes:

Organización:

Una organización es un sistema cuya estructura está diseñada para que los recursos humanos, financieros, físicos, de información y otros, de forma coordinada, ordenada y regulada por un conjunto de normas, logren determinados fines. (promonegocios: empresa/definición-organización, 2007)

Por su parte, Mateu (1979, 1984), partiendo de una concepción de la organización como sistema abierto, la define como un sistema social complejo e interdependiente cuya dinámica depende no sólo de las aptitudes, valores, actitudes, necesidades y experiencias de sus miembros, de los procesos sociales internos y externos –interpersonales, de grupo e intergrupo- sino también de los cambios culturales y técnicos de su entorno.

Las organizaciones son sistemas sociales diseñadas para lograr metas y objetivos por medio de los recursos humanos o de la gestión del talento humano y de otro tipo. Están compuestas por subsistemas interrelacionados que cumplen funciones especializadas. También se definen como un convenio sistemático entre personas para lograr algún propósito específico.

Es un sistema de actividades coordinadas, formado por dos o más personas, la cooperación entre ellas es esencial para la existencia de la organización. Una organización solo existe cuando hay personas capaces de comunicarse y que están dispuestas a actuar conjuntamente para obtener un objetivo común, ocupan cargos con reglas y normas de comportamiento que han de respetar todos sus miembros, generando, el medio que permita la acción de una empresa. La organización es el acto de disponer y coordinar los recursos disponibles (materiales, humanos y financieros). Funciona mediante normas y bases de datos que han sido dispuestas para estos propósitos. (Comunicación organizacional, 2010)

Comunicación:

“La comunicación es la transferencia de información y entendimiento entre una persona y otra mediante símbolos que comunican un significado, se trata de un proceso que consiste en enviar, recibir y compartir ideas, actitudes, valores, opiniones y hechos.” (Pascuali, 1978)

La comunicación es un proceso de transmisión y recepción de ideas, información, mensajes, decisiones teorías. Es un que hacer colectivo con el otro como persona, a través de la cual ambos van construyendo su realidad, siendo gracias a una construcción como se va desarrollando el proyecto común llamado sociedad, comunidad y organización. (Virtual edu)

En este orden de ideas, Barrera Morales (2005), afirma que “la comunicación es la característica propia de la esencialidad humana capaz de propiciar la relación entre sí misma

y con otros, como también capaz de plenar de contenidos la relación, en la búsqueda personal y conjunta del sentido de las cosas”.

De esta manera, comparto la visión del ser humano como un ente comunicativo y complejo, pues entendemos que el ser humano es, en sí mismo, comunicación, y que se realiza a través de la comunicación, definiendo sus relaciones, cultura, acciones y modo de vida, siendo por tanto, capaz de desarrollarse y satisfacer sus necesidades en y desde la comunicación. (Chávez, 2012)

Comunicación Organizacional-Corporativa:

“La comunicación organizacional es esencial para la integración de las funciones administrativas. Los objetivos establecidos en la planeación se deben comunicar para lograr desarrollar la estructura organizacional apropiada. Es también esencial en la selección, evaluación y capacitación de quienes desempeñen sus funciones dentro de esta estructura. Desarrollar un ambiente que conduzca a la motivación y el liderazgo eficaz, dependen de la comunicación organizacional, mediante la cual se puede determinar si los acontecimientos y el desempeño se ajustan a los proyectos establecidos. Puede dividirse en comunicación interna y externa.” (Losley, 2010)

“Esta comunicación se da naturalmente en toda organización, cualquiera que sea su tipo o su tamaño y en consecuencia no es posible imaginar una organización sin comunicación. Bajo esta perspectiva, la comunicación organizacional es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio.” (C., 199)

“El proceso por medio del cual los miembros recolectan información pertinente acerca de su organización y los cambios que ocurren dentro de ella (...) la comunicación ayuda a los miembros a alcanzar las metas individuales y de organización, al permitirles interpretar el cambio de la organización y finalmente coordinar el cumplimiento de sus necesidades personales con el logro de sus responsabilidades evolutivas en la organización” (Fuentes, 2003)

La comunicación organizacional se entiende, como: "Un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, y entre la organización y su medio; o bien, influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, con el fin que ésta última cumpla mejor y más rápido los objetivos” (Collado, 2009)

Se define Comunicación Corporativa a la totalidad de los recursos de comunicación de los que dispone una organización para llegar efectivamente a sus Públicos. Es decir, “la Comunicación Corporativa de una entidad es todo lo que la empresa dice sobre sí misma.” (Capriotti, 1999)

Comunicación Interna:

“Es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través, del uso de diferentes medios de comunicación que los mantenga informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo, al logro de los objetivos organizacionales.” (Losley, 2010)

“Es la comunicación dirigida al cliente interno, es decir, al trabajador. Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido. Contribuye a implantar los cambios y a lograr los objetivos corporativos y estratégicos de la compañía para conseguir retener el talento.” (López)

Comunicación Externa:

“Es el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos; a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos o servicios.” (Roberto, 2002)

“Es el conjunto de actividades generadoras de mensajes dirigidos a crear, mantener o mejorar la relación con los diferentes públicos objetivo del negocio, así como a proyectar una imagen favorable de la compañía o promover actividades, productos y servicios “ (Mi tecnologico: Comunicación Externa)

Cultura Organizacional:

“La cultura organizacional se va creando con supuestos, creencias, valores alimentados por las declaraciones de sus directivos y las descripciones acerca de las conductas apropiadas (procedimientos, normas, etc.).” (Allaire, 2004)

Se refiere a “...una serie de supuestos básicos que un grupo específico ha inventado, descubierto o desarrollado en el proceso de aprender a lidiar con sus problemas cotidianos de adaptación externa e integración interna y que han funcionado lo suficientemente bien para ser considerados válidos y por ende ser enseñados a sus miembros como el modo correcto de percibir, pensar y sentir con relación a esos problemas...” Schein, E. H. (1984).

Identidad organizativa:

“La identidad corporativa es el conjunto de símbolos, comunicación y comportamiento de una empresa, basados en la visión y misión de la misma; es decir, es la personalidad de la empresa.” (Lopez, 2011).

“La identidad organizacional se conforma con la misión, la filosofía y los valores, los objetivos y las estrategias, la estructura organizacional, las políticas, las tradiciones, los ritos y los diversos procesos de institucionalización. Todo esto constituye el contenido, la sustancia, el espíritu, el fondo del ser organizacional, lo cual será simbolizado en la forma, en los artefactos

materiales que estimularán la percepción para provocar una imagen determinada.”(Lueza Jesús, 1998)

Identidad Individual:

Según Erickson, la identidad queda definida como el “sentido de dirección, compromiso, autoaceptación y fidelidad a sí mismo; convicciones, creencias, ideología. Da significado a la conjugación de los logros del pasado con las vivencias presentes, y los proyectos para el futuro, asumiendo valores propios, status y roles sociales diferentes y comportamientos congruentes con todo ello.” (Erikson, 1980)

El término “identidad personal”, nos indica la capacidad que posee una persona para integrar su autopercepción e imagen que tiene del mundo, con sus actos. El poseer personal bien integrada presupone tener un conocimiento claro y preciso de nuestras capacidades, intereses, actitudes, objetivos, normas y valores. Es el saber quiénes somos y estar a gusto con ello, el conocer que queremos y luchar por obtenerlo dentro de las reglas que nos dictan nuestras propias normas y valores. (Rodríguez)

La identidad personal es la permanencia de la conciencia de la propia personalidad en situaciones diferentes y a través del transcurso del tiempo. La identidad personal supone la conquista de ciertos logros y la superación de algunas fases. Algunos de ellos son cronológicamente anteriores durante la adolescencia. Dentro de los componentes de la identidad están la identidad sexual, esquema corporal, autoestima, pensamiento, escala de valores y conciencia moral, identidad vocacional, proyecto de vida. (Santi Chle, 2003)

Imagen Institucional:

"Una imagen es el conjunto de significados por los que llegamos a conocer un objeto, y a través del cual las personas lo describen, recuerdan y relacionan. Es el resultado de la interacción de creencias, ideas, sentimientos e impresiones que una persona tiene sobre un objeto". (Dowling, 1996)

“Tiene como precepto básico la identidad de la organización. Todo elemento de imagen deberá estar sustentado y justificado en la personalidad de la empresa, en lo que constituye su ser, su esencia, su cultura y su razón de existir. Al trabajar en el diseño profesional de una imagen para la organización, se considera la creación de diversos signos identificadores: el nombre, su versión gráfica (llamada 'logotipo'), el ícono o símbolo principal asociado al logotipo (nombrado 'imagotipo'), el slogan, los colores y la tipografía institucionales, los soportes gráficos y los artefactos simbólicos. Estos signos identificadores tendrán diversas aplicaciones generales en los variados aspectos visuales de la organización, tales como la papelería, los artículos promocionales, los medios organizacionales de comunicación, los productos, los uniformes, los vehículos institucionales, el sistema de señalización, el paisajismo y la arquitectura misma.” Lueza Jesús, 1998)

Es el conjunto de atributos que la distinguen y las hacen únicas y distintas. Entre estos atributos pueden estar el nombre de la empresa, sus símbolos, logotipos, siglas (p. ej. INTA,

Unicen, Conicet, etc.) y marcas, el prestigio, fama o relevancia social que la empresa ha adquirido con el tiempo (esto refuerza su identidad), y ciertos comportamientos (como una especie de “fascinación”, reconocimiento u orgullo) que la empresa induce tanto en su personal como clientes, proveedores, etc. (E..Ponssa, 2008)

La percepción que una determinada persona o un colectivo tiene de una entidad. Es la imagen mental ligada a una corporación y a lo que ella representa. (M & M Mansilla y Massera, 2007)

Comunicación Interpersonal:

Se da entre dos personas que están físicamente próximas. Cada una de las personas produce mensajes. Es una relación de intercambio por medio de la cual dos o más personas comparten su percepción de la realidad. La Comunicación interpersonal: Transmisión información. Emisión. Recepción. Percepción. Comunicación no verbal.

Se realiza de sujeto a sujeto cuando el emisor emite un mensaje a través de un canal o medio al receptor y éste es capaz de decodificarlo, en este tipo de comunicación se busca tener un código y contexto en común para que el mensaje sea entendido y llegue a surgir el elemento de la retroalimentación.

Fritzen menciona en su libro Relaciones humanas interpersonales que cuando el ser humano logra entablar una conversación con otra persona busca cubrir ciertas necesidades las cuales son mencionadas en el modelo que realiza Schutz autor de las teorías interpersonales, Schutz (citado por Fritzen) menciona que los sujetos que quieren lograr ser miembro o integrante de un grupo no logran hacerlo hasta que los miembros del grupo cubran sus necesidades llamadas interpersonales (inclusión, control y afecto). (Aguirre, 2010)

Género:

“Se refiere a la construcción sociocultural de las atribuciones, ideas, representaciones y prescripciones sociales que cada sociedad asigna a lo femenino y lo masculino, como si fueran características naturales o intrínsecas de mujeres y hombres respectivamente. En las sociedades patriarcales, la valoración de lo masculino como elemento superior es utilizada como justificación de las desigualdades entre hombres y mujeres, y para otorgar privilegios y poder a los primeros.” (Instituto de la Mujer de España, 2009)

Movimiento de mujeres y feminista

“Se afirmó en el siglo XX, a nivel regional y mundial, como un actor clave impulsor de cambios estructurales y de propuestas de igualdad. Es así que la participación de las mujeres, como actoras sociales con perspectivas y propuestas propias, ha contribuido notablemente al fortalecimiento y revitalización de los movimientos sociales latinoamericanos y caribeños.

Entre los mayores logros de este movimiento consta el haber conseguido el reconocimiento de los derechos universales de las mujeres y la consecuente adopción de políticas públicas destinadas a asegurar su realización. Es más, estas propuestas han ganado tal grado de legitimidad, que han permeado las culturas, deslegitimando a escala casi universal el

machismo y el sexismo. Aun cuando estas lacras se mantienen en la práctica y en las mentes, hoy casi nadie se atrevería a reivindicarse públicamente a favor de la discriminación hacia las mujeres. Este logro se debe, en gran parte, a la capacidad de generar un discurso propositivo, movilizador y con fuerza de la razón que desarrolló el movimiento.

Si bien el movimiento de mujeres es muy diverso, por lo general comparte los avances conceptuales centrales aportados por el análisis feminista. Entre ellos, se destacan los conceptos de *patriarcado* y *género*.” (Instituto de la Mujer de España, 2009)

Comunicación con enfoque de Género:

“**Enfoque**”, de acuerdo con el Diccionario de la Real Academia de la Lengua, significa: “dirigir la atención o el interés hacia un asunto o problema, desde unos supuestos previos, para tratar de resolverlo acertadamente”.

“En consecuencia, el enfoque de género no puede ser un “agregado” que se “anexe a una propuesta previamente elaborada, sino que la atraviesa. Vista desde una perspectiva de movimientos sociales, podríamos considerar que la comunicación con enfoque de género es: una comunicación que contribuye a superar la desigualdad y los desequilibrios de poder entre hombres y mujeres en la sociedad.

Además implica, entre otros aspectos, dar prioridad a la socialización del discurso desarrollado por las mujeres y, por lo mismo, ponerlo en debate, para reequilibrar el escenario público dominado por el discurso de los hombres. Pero como vivimos en sociedades donde las grandes mayorías –mujeres y hombres– están marginadas de los procesos de comunicación social, es parte también de la apuesta por democratizar la comunicación. “ (Instituto de la Mujer de España, 2009)

Medios con enfoque de Género:

“Se refiere a la producción autónoma de medios elaborados desde un enfoque de género: medios de mujeres, feministas, alternativos, populares o comunitarios, que incorporan un trato igualitario a las mujeres y la defensa de sus causas.

El desarrollo de un enfoque de género en la comunicación ha logrado mayores avances en el ámbito alternativo en el que encontramos, además, mayores posibilidades de generar capacidades propias, de innovar en la creación de nuevos contenidos y conceptos comunicativos y de proponer una estética nueva que valore a las mujeres sin centrarse en sus atributos físicos. Aunque muchos medios alternativos tengan un alcance limitado, son fundamentales para llegar a audiencias específicas: sectores organizados, redes interconectadas, comunidades locales, etc.” (Instituto de la Mujer de España, 2009)

Derechos Humanos de las Mujeres:

“La situación de los derechos humanos de las mujeres ha sido evaluada por la Organización de Naciones Unidas desde hace aproximadamente 25 años. Desde entonces, cuatro Conferencias Mundiales de la Mujer han marcado la pauta a los Estados, acerca de los

avances que debe haber en materia de respeto a los derechos económicos, sociales, cívico-políticos y culturales de las mujeres, en todas las geografías donde éstas habiten.
“(Organismo Judicial)

“En su idea más general, son principios básicos y mínimos, irrenunciables que pertenecen al ser humano, por el hecho de ser humano. Ahora bien, el hecho de que sean principios básicos y que hayan llegado a ser consenso entre muchas naciones e ideologías no implica que sean un término y un modelo acabado y perfecto. Así como la sociedad no es estática, los productos sociales (derechos humanos son producto o elaboración de la sociedad misma) también son cambiantes: por tanto, diversas corrientes sociales han venido durante la historia a aportar a la construcción de los derechos humanos, dentro de ellas, uno de los principales aportes para su evolución y enriquecimiento se ha dado a través del feminismo.

“En este sentido, se ha analizado que la concepción original del concepto de los derechos humanos se enmarcaba en un parámetro de hombre blanco, burgués y desde las necesidades de los hombres, dejando fuera un amplio sector de la población: mujeres, indígenas, pobres. Esta situación ha provocado una reconceptualización del contenido de los derechos humanos.

Es importante aclarar que en nuestras sociedades existen dinámicas de relación social que son traspasadas, en su mayoría por sistemas de poder, siendo uno de esos sistemas, el sistema patriarcal, en el cual los hombres se colocan en posiciones de jerarquía y dominación sobre las mujeres. Se puede afirmar que es el sistema de poder más universal, pues en todas las sociedades existen hombres y mujeres y en la actualidad todas las sociedades se pueden encontrar rasgos de esa jerarquía. Ese sistema de dominación ha provocado y sigue provocando que tanto hombres como mujeres tengan distinta condición y posición social dentro de las sociedades.

Charlotte Bunch, reconocida teórica feminista, afirma que “las feministas están redefiniendo los derechos humanos de modo que incluyan la degradación y las violaciones que afectan específicamente a las mujeres”. Y ¿Cuáles son esas degradaciones o violaciones? Históricamente muchas son las discriminaciones que las mujeres han vivido en todas las sociedades: desventajas y desigualdades económicas, sociales, políticas y, específicamente, sexuales.”

Establecer un listado cerrado de derechos humanos de mujeres resulta muy difícil porque actualmente se sigue debatiendo y analizando sobre esta cuestión. Para estos efectos se han tomado en cuenta las categorizaciones de derechos humanos de mujeres más extendidas y reconocidas a nivel del movimiento de mujeres y feminista, así como de organismos internacionales y Estados. Los derechos humanos de las mujeres por analizar son:

- Derecho a una vida libre de violencia.
- Derechos cívico-políticos: Derecho a elegir y ser electa, a desempeñar cargos públicos, derecho a participar en organizaciones y asociaciones.
- Derechos económicos: Acceso a la propiedad de la tierra, de la vivienda y de los bienes en

general, derechos laborales.

-Derechos sociales: Igualdad de derechos para el acceso a tener servicios sociales, educación, salud, vivienda.

-Derechos culturales: Tener una identidad propia, vida libre de prejuicios o discriminación cultural, lingüística, geográfica, religiosa y racial.

-Derechos sexuales y reproductivos: Autodeterminación en el ejercicio de la sexualidad, educación sexual, autonomía reproductiva. (Instituto de la Mujer de España, 2009)

Instrumentos Internacionales para el reconocimiento de los Derechos de las Mujeres

“Como producto de esa lucha sostenida por el movimiento de mujeres y feminista a nivel mundial se elaboraron instrumentos internacionales que recogen de manera formal el reconocimiento de los derechos de las mujeres como derechos humanos:

-La Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW) de Naciones Unidas de 1979. Reconoce que la discriminación contra la mujer viola los principios de igualdad de derechos y del respeto de la dignidad humana, que dificulta la participación de la mujer, en las mismas condiciones que el hombre, en la vida política, social, económica y cultural de su país y que constituye un obstáculo para el aumento del bienestar de la sociedad.

-La Conferencia Mundial de los Derechos Humanos de Naciones Unidas en Viena, junio de 1993, Establece que: los derechos humanos de la mujer y la niña son parte inalienable, integrante e indivisible de los derechos humanos universales. La plena participación, en condiciones de igualdad, de la mujer en la vida política, civil, económica, social y cultural en los planos nacional, regional e internacional y la erradicación de formas de discriminación basadas en el sexo son objetivos prioritarios de la comunidad internacional.

-La Conferencia Mundial sobre la Mujer en Beijing en 1995. Se reconocen como derechos humanos los derechos de las mujeres como anteriormente en Viena y se presenta una plataforma de acción en la que se recogen los derechos reproductivos y sexuales como derechos humanos y la violencia contra las mujeres como una violación de los derechos humanos. “(Instituto de la Mujer de España, 2009)

Derechos Humanos de las Mujeres en Guatemala

“Observando el caso de Guatemala, vale la pena hacer tres consideraciones que contextualizan el marco de violaciones de los derechos humanos de las mujeres:

- a. Como resultado de 36 años de conflicto armado, los efectos de la guerra ahondaron causas estructurales de pobreza, discriminación y violencia que afectaron de manera preponderante a las mujeres, a las niñas, niños y a los pueblos indígenas.
- b. El proceso que finalizó con la firma de los Acuerdos de Paz, permitió espacios de participación social y de propuesta política que tendrían posibilidades de profundizarse, si existiera mayor voluntad política por parte del Estado guatemalteco en el

cumplimiento de los Acuerdos, Pactos y Convenciones que ha firmado y/o ratificado para hacer que se respeten los derechos humanos de las mujeres.

- c. El retorno de políticas de seguridad nacional y de representantes del Estado señalados de genocidio y delitos de lesa humanidad—, al espacio de los poderes ejecutivo y legislativo, cierran posibilidades y espacios reales construidos por las mujeres y el movimiento social en sus esfuerzos por crear democracias respetuosas de la dignidad humana.” (Organismo Judicial)

“Desde esa realidad, la restricción de los derechos civiles y políticos de las mujeres, ha limitado y restringido la obtención de otros derechos. De ahí, que el Informe de Desarrollo Humano más reciente ubique a Guatemala en el lugar 120 como parte de una clasificación de 170 países, siendo que su índice de desarrollo es de 0.54 para toda la población y solamente del 0.17 para las mujeres. A continuación, se representa una pequeña muestra de derechos consecutivamente violados a mujeres en temáticas vinculadas a violencia de género, participación y representación política, discriminación a mujeres indígenas, derechos sexuales y reproductivos, temáticas fundamentales que caracterizan la situación actual de las mujeres en Guatemala.” (Organismo Judicial)

El estado de Guatemala ha ratificado diversos instrumentos internacionales y creado otros a nivel nacional referidos a la Violencia en contra de las Mujeres y los derechos humanos de las mujeres. Se citan a continuación los siguientes, que constituyen el marco legal que sustenta el funcionamiento de la Unidad de la Mujer del Organismo Judicial.

- Convención para la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer, conocida como “La Carta Magna de las Mujeres”. Asamblea General de Naciones Unidas (1979)
- Declaración y Programa de Acción de la Conferencia Mundial de Derechos Humanos, “sobre los derechos humanos de las mujeres, como parte inalienable, integral e indivisible de los derechos humanos”. (1993)
- Declaración sobre la Eliminación de la Violencia contra la Mujer. Resolución 48/104 de la Asamblea General de Naciones Unidas. (1993)
- Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y erradicar la Violencia contra la Mujer, “Convención de Belem Do Para”. Organización de Estados Americanos. (1994).
- Programa de Acción de la Conferencia Internacional sobre Población y Desarrollo de El Cairo (1994)
- Declaración y Plataforma de Acción de la IV Conferencia Mundial de la Mujer, contiene el Capítulo D, denominado La Violencia contra la Mujer (1995)
- Protocolo Facultativo de la Convención sobre la Eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer, Asamblea General de Naciones Unidas (1999). (Organismo Judicial)

En su artículo 1, de la ley contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer Expone que es una obligación del Estado, “garantizar la vida, la libertad, la integridad, la

dignidad, la protección y la igualdad de todas las mujeres ante la ley y de la ley para que cuando ellas se encuentren en una relación de poder o de confianza con otra persona tanto dentro como fuera de su casa, él no las haga menos, ni las violente física, psicológica, sexual, económicamente o las obligue de cualquier otra forma” (Congreso de la República, Gobierno de Guatemala, Ley contra el Femicidio, 2008)

Naturaleza de la Asociación de Mujeres Camino a la Superación-ASMUCASU

ASMUCASU por sus siglas, Asociación de Mujeres Camino a la Superación, es una Organización civil no lucrativa, política no partidista, no religiosa que se dedica a promover el desarrollo integral de salud de la población de Monja Blanca y comunidades circunvecinas que atiende especialmente las necesidades de las mujeres y niños en atención a la salud, así como también el mejoramiento social, económico, ambiental, cultural y recreativo. (Asociación de Mujeres Camino a la Superación-ASMUCASU, 2004)

3.3.3 Entrevistas a profundidad

Se realizaron tres entrevistas a profundidad a:

- Coordinadora General de FUNDESCO, Elizabeth Pedraza
- Presidenta de ASMUCASU, Carmen Ajpacaja
- Tesorera de ASMUCASU, María Ramírez

Se puede mencionar que las necesidades más relevantes detectadas en estas entrevistas son:

Organización

“Viendo la organización como “1) La identificación y clasificación de las actividades requeridas, 2) El agrupamiento de las actividades necesarias para lograr los objetivos, 3) La asignación de cada agrupamiento a un administrador con la autoridad necesaria para supervisarlos (delegación), y 4) las medidas para coordinar horizontalmente y verticalmente en la estructura organizacional” (KOONTZ Harold, 1998)

Tomando en cuenta las opiniones de las entrevistadas se evidenció la urgencia de retomar el plan de trabajo organizativo, que las guiará y definirá en todo el proceso de construcción de la organización. El trabajo que realiza ASMUCASU, se sustenta alrededor del acompañamiento que brinda FUNDESCO, pues de la mano de esta se inició la Asociación, “ellos [FUNDESCO] imparten talleres, apoyan en el desarrollo comunitario, aportes económicos” (Ajpacaja, 2012). FUNDESCO les ha aportado “a través de proyectos que incluyen capacitación técnica, formación política, fortalecimiento organizativo y alguno que otro tema que esté vinculado a la condición de las mujeres, lo que tiene que ver con enfoque de género.” (Pedraza, 2012)

Se hace indispensable la revisión del trabajo organizativo y si fuera necesario un reencauce del mismo, que contenga los aportes de todas, una definición de organización en donde todas se sientan incluidas, un plan con una metodología participativa.

Desde la mirada de FUNDESCO se espera ver a ASMUCASU “Como un espacio en donde logren confluír las mujeres estén o no organizadas a ASMUCASU, pero que las mujeres de la comunidad sientan un espacio propio en el cual puedan llegar a ser ellas mismas, sin que se les esté cuestionando o se les esté tachando, o en donde no tengan el rol tradicional. Respetando los espacios de cada organización se espera que sean espacios en donde puedan encontrarse a ellas mismas y puedan cuestionar la realidad, en donde rompan con los roles tradicionales” (Pedraza, 2012) y desde la asociación misma se espera “Trabajar diferentes proyectos para la comunidad y brindar oportunidad de empleo para las mujeres, que las que han estado en la asociación puedan contar con un ingreso económico” (Ajpacaja, 2012)

Cultura Organizacional

Existen diversas definiciones de cultura organizacional, en este caso la definiremos como “...una serie de supuestos básicos que un grupo específico ha inventado, descubierto o desarrollado en el proceso de aprender a lidiar con sus problemas cotidianos de adaptación externa e integración interna y que han funcionado lo suficientemente bien para ser considerados válidos y por ende ser enseñados a sus miembros como el modo correcto de percibir, pensar y sentir con relación a esos problemas...” (Schein, 2010)

En la organización claramente se muestra que se carece de esa cultura organizacional, no hay una transferencia de valores, no hay motivación. Desde las limitantes, avances y características propias de la organización se ve la necesidad de un cambio, enfocado en la integralidad de la mujer y el desarrollo de la comunidad. Así lo afirman las personas entrevistadas “No hay espacios de compartimiento, no se contagia del trabajo de la organización y afecta el aspecto emocional de las mujeres” (Ajpacaja, 2012).

Conocimiento Organizacional

“Es la consecuencia principal de los procesos del aprendizaje corporativo. Incluye lo que el personal sabe de los procesos de la empresa y sus productos, de los clientes y ambientes competitivos” (Thomas G. Cummings, 2007)

Si bien los conceptos básicos van mas unidos a la mercadotecnia, todo tipo de organización necesita que quienes la integren conozcan en su totalidad el contenido de la organización, por ello se hace necesario también trabajar el conocimiento y fortalecimiento de capacidades desde lo individual. Buscando crear y fortalecer capacidades a partir de algunas de las necesidades “El salir de los roles tradicionales, el fomentar la capacidad de análisis, la educación formal, tienen poca credibilidad en ellas como para incidir en lo público, no se han empoderado, seguridad en sí mismas, otras son las necesidades vitales como agua, alimentación, seguridad, trabajar la violencia.” (Pedraza, 2012)

Empoderamiento

Desde las últimas dos décadas de 1,900 el término empoderamiento se ha popularizado en el campo del desarrollo, especialmente en referencia a las mujeres. El término ha reemplazado otros términos que hacían referencia al bienestar o participación comunitaria.

“El rasgo más sobresaliente del término empoderamiento es que contiene la palabra poder, la cual, para evadir debates filosóficos, puede ser ampliamente definida como el control sobre los bienes materiales, los recursos intelectuales y la ideología. Los bienes materiales sobre los cuales puede ejercerse el control pueden ser físicos, humanos o financieros, tales como la tierra, el agua, los bosques, los cuerpos de las personas, el trabajo, el dinero y el acceso a éste.” (León, 1997)

Aunque se lleva tiempo trabajando con la Asociación, el acompañamiento ha sido un tanto interrumpido y no se ha logrado un proceso que genere cambios, además intervienen factores como: “La influencia religiosa, las condiciones de vida, el acceso al agua, su baja escolaridad, la opresión patriarcal, condiciones de las instalaciones, falta de equipamiento, han tenido menos formación en todos los ámbitos, técnico, político, integral; las condiciones de vida de la comunidad son muy precarias, el haber aprendido a depender de la financiación externa”. (Pedraza, 2012)

Comunicación interpersonal

Dentro del complejo mundo de la comunicación la comunicación interpersonal se define como la “relación de intercambio por medio de la cual dos o mas personas comparten su percepción de la realidad con la finalidad de influir en el estado de las cosas. No siempre es un proceso consciente.” (Soto)

Algunas características de las mujeres “El silencio, la timidez, la entrega, la voluntad, el conformismo, esa falta de rebeldía” (Pedraza, 2012), en las que se trata de trabajar y ante las experiencias personales que comparten: “Me he sentido desanimada y poco valorada porque me hacen el comentario de que en la Asociación no me dan mi lugar y no me toman en cuenta como presidenta, como parte de la junta directiva. Estos comentarios me frustran, pero después no le pongo importancia” (Ajpacaja, 2012).

Identidad individual

Dentro de los procesos organizativos cuyo principal objeto de trabajo son las personas es importante no olvidar que el individuo necesita fomentar en si mismo la identidad, ese “sentido de dirección, compromiso, autoaceptación y fidelidad a sí mismo (...)” (Erikson, 1980)

Se busca por tanto fortalecer capacidades individuales y colectivas: “La experiencia que tuve de facilitar un taller y la actitud de las compañeras ante mi desempeño, no me lo esperaba, pues a ellas también les gusto. Me gusto escuchar las apreciaciones de las compañeras, a una le gusta que le digan cosas” “Ahora me involucro más, he aprendido a escuchar y analizar primero antes de hablar. Me ha ayudado a ser más comunicativa. Me gusta porque he

aprendido mucho, he crecido como persona, sé que debo respetar a las demás pero también no dejarme humillar. (Ajpacaja, 2012)

De las entrevistas realizadas se puede aducir que a pesar de la poca participación de las mujeres en espacios organizativos, por los roles impuestos y necesidades no cubiertas, la Asociación cuenta con mujeres persistentes y deseosas de superarse; y así también con un grupo objetivo bastante amplio para proyectar su trabajo. Así lo afirma la coordinadora de FUNDESCO, al referirse a ASMUCASU “cuenta con mujeres que son como un motor, no se cansan, son mujeres que están convencidas de lo que quieren, están convencidas de que este es el medio para salir adelante. Saben que lo que les hace bien es haberse organizado, hay mujeres líderes, cuentan con mucha mujer joven, lo otro es la constancia de esas mujeres, otras de las fortalezas es que se dejan asombrar, que les gusta descubrir aunque les da miedo no saber que van a descubrir”.

Comunicación organizacional

Uno de los factores relevantes al hablar de organización es crear una vía adecuada para la comunicación a nivel organizacional, se busca “influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, con el fin de que ésta última cumpla mejor y más rápido los objetivos.” (Collado, 2009)

Es por eso que lo primordial es la búsqueda y creación de una metodología que aborde la situación específica de las mujeres de ASMUCASU, que las motive, integre y responda a sus necesidades “En el caso de ASMUCASU, uno de los grandes avances es en términos de la metodología que se está utilizando, aunque en número, en asistencia no sea lo que se espera, es un avance haber cambiado la metodología y demostrar en la práctica que se puede trabajar de otra manera con las mujeres y no de la manera tradicional y haciendo lo que tradicionalmente hacemos, aunque se vea como un paso muy chiquitito, atrevemos hacer un enfoque de género, atrevemos a saber crear, yo creo que el acompañamiento pasa por saber crear, yo no puedo traer aquí lo que dicen los libros y aplicarlo, ni puedo esperar que me lo digan todo como hacerlo, tengo que ser lo suficientemente creativa para poder hacerlo y aceptar que cuestionen lo que hago. Ese es un gran avance, una nueva metodología producto de la realidad, producto de que las mujeres no querían unirse, no querían trabajar, estaban desmotivadas.” (Pedraza, 2012)

Cuando hemos encontrado esta manera propia de trabajar, el siguiente paso es como trasladamos esto a las demás, como lo comprenden y lo aprueban las demás y como vamos dejando precedentes de este recorrido organizacional que nos ubique y oriente en un futuro.

3.3.4 Grupos Focales

Se trabajaron dos grupos focales con las integrantes que más se involucran en las actividades de la asociación. Las necesidades más relevantes expresadas por los grupos fueron:

Reestructuración y promoción de una cultura Organizacional

Partiendo del significado que tiene para las mujeres la organización “Es un espacio para desahogarse, para venir a relajarse, es un espacio para venir aprender nuevas cosas” (Ramírez, 2012); Y desde su percepción y la visión de vida que tienen las mujeres alrededor de la familia, iglesia, comunidad. “En la iglesia voy y sé que allí puedo llorar, expresarme, liberarme y es algo que ya me fui a descargar” (León, 2012). Podemos decir que ellas mismas están en la búsqueda de su integridad, en la búsqueda de un espacio propio, de confianza, de motivación. “Desenvolverse uno más como persona y como mujer y dar a conocer que nosotras también valemos por nosotras mismas y no por otras personas, la organización es importante porque es un tiempo para nosotras, pues en la casa no tenemos tiempo para nosotras, hay que hacer el oficio, los niños.” (Bámaca, 2012)

Definición de la Identidad Organizativa

La principal problemática mencionada por la mayoría de integrantes es la poca participación de las mujeres, existe el espacio, se realizan actividades, pero no hay mayor número de asistencia, involucramiento de una mayoría. “Falta de participación, poco interés de las mujeres” (Ramírez, 2012). “Lo que no me gusta es que no vienen las mujeres, falta de interés, uno hace el esfuerzo de avisar y después dicen que no se les avisa” (Ramírez, 2012).

Fortalecimiento de las Relaciones Interpersonales

Esta problemática tiene sus raíces y las mujeres entrevistadas lo mencionan: “Los niños y la falta de interés, las necesidades de la comunidad, el problema del agua, el machismo, los problemas económicos, algunas mujeres tienen que trabajar, los roles tradicionales de las mujeres, los comentarios negativos de algunas compañeras y la discriminación entre nosotras mismas”(ASMUCASU, 2012).

Comunicación organizacional

Es decir, ellas están conscientes de sus carencias y limitantes y cómo todo esto afecta en lo individual y organizativo, sin embargo no cuentan con una estrategia clara para sobrepasar los obstáculos “Si se les da algún regalo para motivarlas solo un día vienen y ya no vienen” (Bámaca, 2012), específicamente los obstáculos de comunicación ““hay una persona que ha hecho muchas críticas y ha afectado la imagen de la asociación, de las mujeres que participamos” (León, 2012). “Yo pienso que no nos hemos dado a conocer, la gente conoce esto como la guardería, la farmacia, Asociación nada que ver”. (Ramírez, 2012)

Construcción de la Imagen Corporativa

Como todo elemento de imagen deberá estar sustentado y justificado en la personalidad de la empresa, (1. Este artículo fue escrito en 1998, cuando se iniciaba masivamente el uso de las nuevas tecnologías de la información en el modelo educativo del Tecnológico de Monterrey/La importancia de la Imagen Corporativa Jesús Meza Lueza) es necesario la reconstrucción de esta personalidad a partir de lo que las participantes perciben y quieren proyectar.

3.3.5 Encuestas

Para recopilar datos estadísticos se utilizó como universo el total de socias de ASMUCASU, sin embargo la muestra total final fue de 15 socias que son las que se involucran en los procesos y actividades.

Las preguntas estaban enfocadas a la comunicación organizacional a nivel interno y externo de la Asociación, con el fin de medir los grados de conocimiento, identidad, aceptación y proyección del trabajo organizativo.

Conocimiento Organizacional

Las primeras seis preguntas que se refirieron al Nombre, significado y trabajo organizativo, muestran los resultados siguientes:

Primero, las mujeres entrevistadas en su mayoría conocen o tienen noción del tema en cuestión, como lo vemos en la pregunta 4 y 6 de la encuesta, que marcan que el 80% de las entrevistadas dicen que ASMUCASU se dedica a la promoción de los derechos de las mujeres; y que el objetivo primordial de la asociación es el desarrollo integral de la mujer con un 60%.

Estos porcentajes marcan coherencia entre el trabajo que realizan y su objetivo como organización

Sin embargo no existe una identificación y apropiación de estos significados, de esta información. Es simplemente información que no despierta una reacción por parte de las beneficiarias o integrantes.

En la pregunta 1 y 2 se muestra que no hay una conexión entre la concepción de la organización y sus participantes actuales. Es decir que la naturaleza de la organización, su significado no han sido revisados desde su definición inicial y que probablemente no se ha dado a conocer por ningún medio. Vemos en la pregunta 1 que únicamente el 47% conocen el significado de las siglas ASMUCASU y así mismo lo reafirman en la pregunta 2 escribiendo el significado de ASMUCASU únicamente el 47%.

Identidad Organizativa

En la pregunta 7 el 40% de entrevistadas indica que se siente identificada o integrada al trabajo que realiza ASMUCASU; y en la pregunta 8 se ve como el 73 % de las mujeres opinan que las integrantes tienen claridad del trabajo organizativo.

En estas preguntas se aborda la identidad e integración del grupo y lamentablemente se ve que la mayoría a pesar de tener claridad del trabajo organizativo, no se siente parte del mismo. Esto puede ocurrir por varias razones, primero puede ser que solo algunas están realizando el trabajo, no se toma y/o valora la opinión de todas, o no se han hecho actividades que respondan a los gustos y necesidades de las integrantes.

De esto se deduce que no se ha hecho un proceso de retroalimentación de la concepción inicial de la organización, los avances y proyecciones de la misma, tomando en cuenta la actualización de necesidades, conocimientos y aptitudes de las integrantes.

En relación a las actividades en las que más se ha participado o escuchado están en primera línea las actividades de formación con un 33%, seguidas de las actividades de proyección a la comunidad con un 26%.

En la pregunta 10, en relación a que actividades le gustaría que se realizaran con más frecuencia se encuentran los talleres de formación integral con 46%, actividades de proyección a la comunidad con 26% y actividades socioculturales y recreativas con un 26%

En estas preguntas relacionadas con las actividades que realiza ASMUCASU se mantiene el orden de preferencia, aunque algunas marcan dos opciones aumentando el porcentaje de formación integral y actividades socioculturales y recreativas, que se traduce como una solicitud de implementar más este tipo de actividades.

Imagen Institucional

La última parte que se aborda en la encuesta se refiere a la proyección de ASMUCASU hacia la comunidad, su aceptación, la forma de promover sus actividades y los resultados que ha dado el trabajo de la asociación a nivel individual; se cierra la encuesta haciendo un balance de los aspectos a mejorar dentro de la organización.

De acuerdo a la pregunta 11 que dice que la proyección de ASMUCASU hacia la comunidad esta entre mala con 53% y buena con 26%. Se puede deducir que no se ha hecho trabajo de divulgación de la asociación o que ha sido muy débil o con poca cobertura.

Esto sumando a que los medios que se han utilizado más para la promoción del trabajo son volantes con 73% e invitaciones con un 40% y que acertadamente según los resultados de la pregunta 14, los volantes son el medio más aceptado por las encuestadas, al igual que sugieren otros mecanismos con un 40%. Tomando en cuenta que los volantes son la forma que utilizan más para promover el trabajo y que es el medio que más les gusta a las entrevistadas, habría que medir el nivel de efectividad del mismo, implementando otros mecanismos alternativos para dar a conocer la organización.

En relación a los resultados que se han marcado del trabajo de ASMUCASU, se ve que el 100% de entrevistadas opina que el trabajo de la organización ha aportado a mejorar su relación en otros espacios., que en el 46% de mujeres se ha provocado la defensa de los derechos, y un 33% a provocado la reflexión.

Es decir que se necesita fortalecer más el empoderamiento de las mujeres, su liderazgo, participación y construcción de nuevas relaciones, pues según los resultados de las encuestas mas no se ha avanzado en la apropiación de las herramientas y recursos proporcionados en la organización.

Por último se pregunta sobre los aspectos a mejorar dentro de la organización, ubicando a la comunicación con un 53% y la organización con un 53%, y se ve una proporcionalidad entre dos de estos aspectos mencionados, que se confirma con datos obtenidos anteriormente en las entrevistas y grupos focales.

De todos los resultados obtenidos se deduce que es necesario implementar una estrategia de comunicación, que aporte a la problemática principal de la poca participación de las mujeres, que aborde la problemática desde lo individual a lo colectivo y favorezca el fortalecimiento de la organización.

3.4 Problema Comunicacional

Bajo Nivel de Identidad organizativa que se reflejó en la poca participación y desintegración del trabajo institucional, la desfavorable proyección institucional tanto interna como externa; provocando un estancamiento en los procesos de la asociación.

3.5 Indicadores

- 50 % de las mujeres integrantes de ASMUCASU, empoderadas desde su perspectiva de mujer para la transformación de su realidad
- 70% de las mujeres integrantes de ASMUCASU, identificadas y empoderadas del trabajo organizativo de la Asociación.
- 50% de aumento en la cobertura y proyección favorable de la Asociación hacia la comunidad

3.6 FODA

Es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados. (Instituto Politecnico Nacional, 2002)

Para contar con más elementos para el diagnostico se realizo el FODA a partir de las diferentes técnicas de recolección. (Larios, diagnóstico de comunicación:observación, entrevistas y grupos focales, 2012)

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Contar con sede propia ➤ Mujeres son constantes ➤ Cuentan con proyectos productivo ➤ Más del 50% conocen el significado y trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Apoyo externo de ONG (FUNDESCO) ➤ Ejecución de un proyecto de empoderamiento en el 2012 ➤ Relacionamiento con otras organizaciones

<ul style="list-style-type: none"> ➤ Contar con sede propia ➤ Mujeres son constantes ➤ Cuentan con proyectos productivo ➤ Más del 50% conocen el significado y trabajo organizativo ➤ Hay conocimiento a nivel interno de las actividades que realiza la organización: formación 33.33% actividades de proyección a la comunidad 26.67% , actividades socioculturales y recreativas 13.33 % y espacios de autocuidado 13.33% ➤ El porcentaje más elevado de la forma en que promueven sus actividades son Invitaciones 40 % y volantes 73.33% 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Apoyo externo de ONG (FUNDESCO) ➤ Ejecución de un proyecto de empoderamiento en el 2012 ➤ Relacionamiento con otras organizaciones ➤ Hay aceptación y propuesta a nivel interno de las actividades que realiza la organización: formación 46.67%, actividades socioculturales y recreativas 26.67 % actividades de proyección a la comunidad 26.67 % ➤ El porcentaje más elevado de la forma en que les gustaría promover sus actividades está volantes 40% y visitas 40% ➤ El trabajo que realiza ASMUCASU ha aportado en un 80% a las integrantes a mejorar su relación en otros espacios.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Estructura organizativa débil ➤ Malas prácticas organizativas y proyección social desfavorable ➤ No se cuenta con estrategia de comunicación ➤ Menos del 50% de integrantes se sienten identificas con el trabajo de la organización ➤ La proyección de ASMUCASU hacia 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Condiciones de vida son precarias ➤ Roles tradicionales de las mujeres ➤ Situación económica de las mujeres ➤ La aceptación de la Asociación por la comunidad está entre 53.33% regular y 46.67 % mala

3.7 Aspectos que viabilizan la estrategia

- Un proyecto iniciado y promovido por FUNDESCO, que se enfoca en el empoderamiento de las mujeres.
- Deseo de las mujeres de mejorar sus condiciones individuales y organizativas.
- Recursos asignados por FUNDESCO: computadora, Internet, impresiones, presupuesto para algunas reuniones.

3.8 Aspectos que podrían limitar los resultados

- Elección de nueva coordinación en Asamblea General de FUNDESCO.
- Elección de nueva junta directiva en Asamblea General de ASMUCASU.
- Un proyecto iniciado y promovido por FUNDESCO, que podría saturar a las mujeres de trabajo y acortar sus tiempos disponibles.

4. Proyecto a Desarrollar:

“Fortalecimiento de la Imagen Institucional de la Asociación de Mujeres Camino a la Superación- ASMUCASU-“

4.1 Descripción técnica de la Estrategia:

Dentro del proyecto de comunicación y de acuerdo al diagnóstico realizado se abordó la problemática a nivel de comunicación organizacional: todo lo relacionado a la identidad, cultura e imagen institucional. La estrategia consistió en una serie de acciones que apuntaron a favorecer la imagen institucional primordialmente a nivel interno y paralelamente a nivel externo. Se trabajó la recuperación de la identidad individual desde el empoderamiento de las mujeres, entendiendo este como la acción de reconocer y apropiarse de sus capacidades; se promovió la construcción de la identidad grupal-organizativa con análisis, reflexión y búsqueda de elementos que hagan visible la imagen institucional a nivel interno; y por último se accionó para la proyección de la imagen institucional a nivel comunitario.

Para que la comunicación fuera efectiva y se logaran los cambios esperados se enfocó el proyecto en la búsqueda y/o creación de un conocimiento organizacional. Dentro de la comunicación organizacional esta el aprendizaje organizacional, que trae consigo la modificación de las conductas y actitudes de los involucrados en la institución, pues el aprendizaje en una organización depende del aprendizaje individual y grupal, por lo que se trabajaron dichos elementos en cada integrante, y se logró unificar y crear así un propio conocimiento que situó a la organización en el camino del aprendizaje.

Guns (1996) afirma que el aprendizaje organizacional es “adquirir y aplicar conocimientos, técnicas, valores, creencias y actitudes que incrementan la conservación, el crecimiento y el progreso” (Fermini, 2002).

Partiendo de que la comunicación “es el medio que permite orientar las conductas individuales y establecer relaciones interpersonales funcionales que ayuden a trabajar juntos para alcanzar una meta” (Marín, 1997). Las diferentes actividades planteadas dentro de la estrategia conformaron un eje transversal que tocó lo individual, grupal y comunitario; así se abordó la problemática organizacional: falta de motivación, falta de identidad, relaciones interpersonales disfuncionales y falta de una cultura organizacional, que recaían en una proyección desfavorable de la organización.

Las herramientas utilizadas fueron seleccionadas de acuerdo al diagnóstico, a las beneficiarias, a la dinámica propia de la institución y a los recursos y/o técnicas que ofrece la

teoría de la comunicación, específicamente la referente a la cultura organizacional o comunicación organizacional.

Inicialmente se trabajaron talleres para el reconocimiento de la identidad individual, abarcando temas como: autoestima, identidad, sexualidad, los placeres, violencia de género; apoyados por un cuaderno de actividades prácticas que reforzaron lo abordado en los talleres.

En el intermedio del proyecto se trabajó un taller de identidad organizativa, que clausuró una serie de reuniones de trabajo en las que se realizaron la construcción de elementos gráficos e impresos para la imagen institucional y cultura organizacional.

La última etapa de la estrategia motivó y reforzó el empoderamiento de las mujeres a través de las actividades de proyección a la comunidad, se hizo una actividad de relanzamiento de la Asociación y una campaña de sensibilización en torno a la participación de las mujeres en la comunidad.

4.2 Objetivo General de la Estrategia

- Fortalecer la imagen institucional de la Asociación de Mujeres Camino a la Superación.

4.3 Objetivos Específicos de la Estrategia:

- a. Fortalecer las capacidades de las mujeres integrantes de la asociación a través del reconocimiento y fortalecimiento de la identidad Individual.
- b. Generar elementos que aporten a la cultura institucional y fortalecimiento de la identidad organizativa, con la revisión del plan estratégico y construcción de material corporativo.
- c. Promover el trabajo organizativo a nivel comunitario, con actividades de proyección social, para ganar el reconocimiento e imagen favorable a nivel externo.

4.4 Actividades de Comunicación que operativizan la estrategia

Para el fortalecimiento de la Imagen Institucional de la Asociación de Mujeres Camino a la Superación se emplearon las siguientes actividades:

- a. Capacitaciones:
 - Cuatro talleres de identidad de género: estos talleres impulsaron la recuperación de la identidad individual, valoración del ser mujer, apropiación de capacidades a través del desarrollo de temáticas como: autoestima, el ser mujer, sexualidad y poderes en las mujeres.
 - Un taller de identidad organizativa el cual motivó la apropiación de la identidad y cultura organizacional construida, con técnicas que comunican, persuaden y

promueven la imagen organizacional en el eslogan “Yo soy ASMUCASU, y soy así...”

b. Material Impreso:

- Se elaboró un cuadernillo de actividades prácticas, para el reconocimiento de la identidad individual (diario de mujer). Este es un documento de recopilación de ejercicios utilizados para afianzar la autoestima y recuperar la identidad del ser mujer, que guía a las mujeres para que cada una vaya construyendo su propia identidad, sin prejuicios y sin estereotipos.
- Se elaboró un trifoliar con la información básica de la institución, que proyecta el trabajo interna y externamente
- Se diseñó la impresión de plan estratégico de la organización: Se trabajó la portada, contraportada e ilustración del contenido del plan estratégico para imprimir.

c. Reuniones de Trabajo:

- Cuatro reuniones con la comisión de comunicación para el fortalecimiento de la misma y la construcción de material corporativo, en estas reuniones se discutió, analizó y construyó la imagen institucional y el material corporativo necesario para impulsar dicha imagen.
- Una reunión-taller con la estructura organizativa en la que se revisó el plan estratégico institucional, con el objetivo de reafirmar la misión, visión y valores institucionales.

d. Productos Comunicacionales Internos: se aplicaron instrumentos y herramientas para la creación de la cultura y la imagen institucional a nivel interno.

- Se diseñó y colocó la cartelera institucional, proyección de misión, visión, historia y actividades planificadas.
- Material impreso en diferentes puntos de la sede que proyecta la biografía de la institución.
- Diseño de logotipo institucional

e. Actividad de Proyección Social:

- Actividad de Relanzamiento de la Asociación: fue una actividad de tres días en las que se desarrollaron diferentes jornadas dirigidas a las mujeres con un enfoque integral, jornada de salud, jornada lúdica, jornada cultural, en las que se aprovechó para promover el trabajo de la organización por medio de audio e impresos.
- Campaña de sensibilización a nivel comunitario en el tema de la participación de las mujeres: esta campaña como objetivo primordial promovió los derechos de las

mujeres, en especial la participación en los diferentes ámbitos. Consistió en grafitos o pintas con mensajes alusivos al tema, se realizaron en la sede de la asociación y casas de algunas integrantes, así como calle principal y entrada de la comunidad. Dejando entrever un recorrido visual con el eslogan **“Las Mujeres queremos que nuestras voces se escuchen...”**

4.5 Financiamiento

Los fondos utilizados para el proyecto en su mayoría fueron financiados por la Fundación para el Desarrollo Comunitario-FUNDESCO y organizaciones de apoyo, se detallan a continuación:

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
5	Guías de talleres y facilitación(aporte de comunicadora social de EPS)	0.00	0.00
75	Refacciones para talleres	Q. 10.00	Q. 750.00
5	Alquileres de salón para talleres de todo el día(se utilizaron las instalaciones de la asociación)	0.00	0.00
5	Paquetes de materiales diversos para talleres	Q. 50.00	Q. 250.00
1	Diseño y diagramación de documento de apoyo-Diario de Mujer (apoyo de practicante de diseño gráfico de la USAC)	0.00	0.00
30	Impresiones de Documentos de apoyo Diario de Mujer (solo se realizó la propuesta no se hicieron las impresiones)	0.00	0.0
1	Diseño de Trifoliar (aporte de practicante de diseño gráfico de la USAC)	0.00	0.00
1	Diseño y diagramación de Plan Estratégico (aporte de practicante de diseño gráfico de la USAC)	0.00	0.00
4	Asesorías en Reuniones de Trabajo (aporte de comunicadora social EPS)	0.00	0.00
20	Refacciones para reuniones de trabajo	Q. 10.00	Q. 200.00
4	Alquileres de salón para reuniones de trabajo por cuatro horas (se utilizaron las instalaciones de la asociación)	0.00	0.00
1	Asesoría y facilitación en revisión Plan Estratégico (aporte de comunicadora social EPS)	0.00	0.00
15	Refacciones para revisión Plan Estratégico	Q. 10.00	Q. 150.00

1	Alquiler de salón para revisión Plan Estratégico durante todo el día (se utilizaron las instalaciones de la asociación)	0.00	0.00
1	Diseño, elaboración y material de cartelera	Q. 500.00	Q. 500.00
1	Material gráfico biografía institucional	Q. 100.00	Q. 100.00
1	Diseño de logotipo	0.00	0.00
60	Refacciones para colaboradores de actividad de relanzamiento (proporcionado por ASMUCASU)	Q. 10.00	Q. 600.00
60	Almuerzos para colaboradores de actividad de relanzamiento (proporcionado por ASMUCASU)	Q. 30.00	Q.1800.00
60	Viáticos de transporte para colaboradores de actividad de relanzamiento	Q. 30.00	Q.1800.00
50	Servicios médicos para jornada médica de actividad de relanzamiento (apoyo de Asociación de Mujeres Esfuerzo y Solidaridad-AMES)	0.00	0.00
1	Acompañamiento en jornada lúdica (apoyo de Asociación Rincón Juvenil)	0.00	0.00
1	Diseño de materiales para campaña de sensibilización a nivel comunitario: afiches, manta, volantes, playera. (aporte de practicante de diseño gráfico de la USAC)	0.00	0.00
1000	Impresiones de Volantes	Q. 0.25	Q. 250.00
100	Impresiones de trifoliales	Q. 1.00	Q. 100.00
100	Impresiones de Afiches	Q. 1.25	Q. 125.00
2	Impresiones de Mantas Vinílicas	Q. 180.00	Q. 360.00
10	Galones de pintura para murales de la campaña de sensibilización	Q. 170.00	Q,1700.00
2	Galones de sellador para murales de campaña de sensibilización	Q. 150.00	Q. 300.00
15	Brochas pequeñas para murales de campaña de sensibilización	Q. 7.00	Q. 105.00
15	Pinceles medianos para murales de campaña de sensibilización	Q. 3.00	Q. 45.00
	Otros recursos: computadora, teléfono, Internet, impresiones, cámara, otros	Q.2000.00	Q.2000.00
6	Honorarios de consultora de comunicación durante 6 meses por ½ día (comunicadora social EPS)	0.00	0.00
TOTAL			Q. 11,135.00

4.6 Presupuesto

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
5	Guías de talleres y facilitación	Q.1,100.00	Q.5500.00
75	Refacciones para talleres	Q. 10.00	Q. 750.00
5	Alquileres de salón para talleres de todo el día	Q. 150.00	Q. 750.00
5	Paquetes de materiales diversos para talleres	Q. 50.00	Q. 250.00
1	Diseño y diagramación de documento de apoyo (diario de mujer)	Q. 500.00	Q. 500.00
30	Impresiones de Documentos de apoyo Diario de Mujer	Q. 40.00	Q.1200,00
1	Diseño de Trifoliar	Q. 100.00	Q. 100.00
1	Diseño de Impresión de Plan Estratégico	Q. 300.00	Q. 300.00
4	Asesorías en Reuniones de Trabajo	Q. 100.00	Q. 400.00
20	Refacciones para reuniones de trabajo	Q. 10.00	Q. 200.00
4	Alquileres de salón para reuniones de trabajo por cuatro horas	Q. 50.00	Q. 200.00
1	Asesoría y facilitación en revisión Plan Estratégico	Q. 600.00	Q. 600.00
15	Refacciones para revisión Plan Estratégico	Q. 10.00	Q. 150.00
1	Alquiler de salón para revisión Plan Estratégico durante todo el día	Q. 150.00	Q. 150.00
1	Diseño, elaboración y material de cartelera	Q. 500.00	Q. 500.00
1	Material gráfico biografía institucional	Q.100.00	Q.100.00
1	Diseño de logotipo	Q. 150.00	Q. 150.00
60	Refacciones para colaboradores de actividad de relanzamiento	Q. 10.00	Q. 600.00
60	Almuerzos para colaboradores de actividad de relanzamiento	Q. 30.00	Q.1800.00
60	Viáticos de transporte para colaboradores de actividad de relanzamiento	Q. 30.00	Q.1800.00
50	Servicios médicos para jornada médica de actividad de relanzamiento (apoyo de Asociación de Mujeres Esfuerzo y Solidaridad-AMES)	Q. 25.00	Q.1250.00
1	Acompañamiento en jornada lúdica (apoyo de Asociación Rincón Juvenil)	Q. 500.00	Q. 500.00
1	Diseño de campaña de sensibilización a nivel comunitario	Q. 300.00	Q. 300.00

1000	Impresiones de Volantes	Q. 0.25	Q. 250.00
100	Impresiones de trifoliales	Q. 1.00	Q. 100.00
100	Impresiones de Afiches	Q. 1.25	Q. 125.00
2	Impresiones de Manta vinílica	Q. 180.00	Q. 360.00
10	Galones de pintura para murales de la campaña de sensibilización	Q. 170.00	Q,1700.00
2	Galones de sellador para murales de campaña de sensibilización	Q. 150.00	Q. 300.00
15	Brochas pequeñas para murales de campaña de sensibilización	Q. 7.00	Q. 105.00
15	Pinceles medianos para murales de campaña de sensibilización	Q. 3.00	Q. 45.00
	Otros recursos: computadora, teléfono, Internet, impresiones, cámara, otros	Q.2000.00	Q.2000.00
6	Honorarios de consultora de comunicación durante 6 meses por ½ día	Q.3000.00	Q.18,000.00
TOTAL			Q.41,185.00

4.7 Beneficiarios

El grupo beneficiario directo de este proyecto fueron 15 mujeres voluntarias, de diferentes edades, integrantes activas de la Asociación de Mujeres Camino a la Superación-ASMUCASU.

Pero dentro de la estrategia también se puede mencionar como beneficiarios indirectos a la población que habita en la comunidad de Monja Blanca, Villa Canales, específicamente el sector de mujeres que fueron impactadas por la multiplicación de parte de las voluntarias y el impacto mediático que provocaron las actividades de sensibilización y proyección.

4.8 Recursos Humanos:

Las personas que se involucraron en la coordinación de la estrategia son:

Coordinadora General: Elizabeth Pedraza, (coordinadora de Fundesco) quien evaluó y supervisó que todas las acciones a implementar respondieran a las necesidades de la organización y a los objetivos planteados, además de coordinar y supervisar el buen uso de los recursos. Invertió en el proyecto una hora diaria durante seis meses.

Asesora en Comunicación: Encargada de realizar los estudios pertinentes para la identificación de la problemática y la definición de la estrategia, orientando las acciones dentro de las técnicas de la comunicación, apropiadas a las necesidades organizativas. Invertiendo 6 horas diarias durante seis meses.

Facilitadora: responsable de preparar la metodología para los talleres y de facilitar los mismos. Invirtiendo un total de 20 horas.

Encargado de logística: facilitó el equipo necesario para el desarrollo de las actividades planteadas que requieren apoyo logístico. Invirtiendo un total de 27 horas.

Contadora: llevó el control de gastos efectuados, supervisó y registró los documentos contables requeridos. Invirtiendo una hora diaria durante tres meses.

Diseñador Gráfico: encargado de hacer los artes finales de las propuestas para el logotipo, diseño de plan estratégico y otros. Inversión en tiempo 2 horas diarias durante dos meses.

4.9 Áreas Geográficas de acción

Sede de la Asociación de Mujeres Camino a la Superación-ASMUCASU-, caserío Monja Blanca, Aldea Chichimecas, Villa Canales.

4.10 Cuadro Operativo de la Estrategia

Actividad o Producto Comunicacional	Objetivo Específico	Presupuesto	Recurso Humano	Área Geográfica de Impacto	Beneficiarios	Fecha de Ejecución
1. Cuatro talleres de identidad individual	Recuperación y apropiación de capacidades individuales e identidad	Q.5,800.00	Profesional de la comunicación Facilitadora Coordinadora General Contadora	Monja Blanca Villa Canales	Integrantes de la Asociación	Mayo-Agosto
2. Un taller de Identidad Organizativa	Apropiación de la identidad y cultura organizacional construida	Q.1,450.00	Facilitadora Profesional de la comunicación Contadora	Monja Blanca Villa Canales	Integrantes de la Asociación	31 Agosto
3. Cuadernillo de actividades practicas para el reconocimiento de la identidad individual	Recuperación y apropiación de capacidades individuales e identidad	Q.1,700.00	Facilitadora Profesional de la comunicación. Coordinadora General Contadora	Monja Blanca Villa Canales	Integrantes de la Asociación	24 Agosto
4. Diseño de trifoliar	Proyecta el trabajo organizativo a nivel interno y externo	Q.100.00	Diseñador Gráfico Profesional de la comunicación	Monja Blanca Villa Canales	Integrantes de la Asociación	03 septiembre
5. Diseño de impresión Plan Estratégico	Proporcionar un documento que proyecte la imagen institucional	Q.300.00	Diseñador Gráfico Profesional de la comunicación	Monja Blanca Villa Canales	Integrantes de la Asociación	20 Agosto
6. Cuatro Reuniones con la comisión de comunicación	Fortalecimiento de la comisión y construcción de material corporativo	Q.800.00	Profesional de Comunicación	Monja Blanca Villa Canales	Integrantes de la Asociación	Junio-Agosto
7. Reunión- taller	Reafirmar la imagen	Q 900.00	Profesional de la	Monja	Integrantes	10 Agosto

Reafirmando nuestra organización	e identidad institucional: misión, visión, valores		comunicación	Blanca Villa Canales	de la Asociación	
8. Cartelera Institucional	Construcción de la cultura e imagen institucional	Q.500.00	Profesional de la Comunicación	Monja Blanca Villa Canales	Integrantes de la Asociación	20 de Agosto
9. Material Grafico-biografía institucional	Proyectar la historia y recorrido de la organización	Q.100.00	Profesional de la Comunicación	Monja Blanca Villa Canales	Integrantes de la Asociación	06 de Agosto
10.Diseño de Logotipo Institucional	Construcción de la imagen institucional	Q.150.00	Diseñador Gráfico Profesional de la Comunicación	Monja Blanca Villa Canales	Integrantes de la Asociación	10 Agosto
11. Relanzamiento de la Asociación	Promover el trabajo y la imagen de la organización	Q.5,950.00	Profesional de la Comunicación Coordinadora General Logista Contadora	Monja Blanca Villa Canales	Mujeres de la Comunidad de Monja Blanca	13-15 septiembre
Campaña de sensibilización "participación de la mujer"	Promover los derechos de las mujeres como parte de la imagen institucional	Q.3,285.00	Profesional de la Comunicación Coordinadora General Logista Contadora	Monja Blanca Villa Canales	Mujeres de la Comunidad de Monja Blanca	12-15 septiembre

5. Informe de Ejecución

5.1 Talleres de Identidad Individual (Ver Anexo g, página 66)

Se propusieron y desarrollaron cuatro talleres con los temas: Identidad de Género, La Sexualidad, Los Placeres y Violencia de Género. Para todo este proceso se impulsó una metodología con enfoque de género, una metodología participativa y lúdico-creativa.

Objetivo:

Trabajar la identidad individual de las mujeres para la recuperación y apropiación de sus capacidades.

Público Objetivo:

Mujeres integrantes de la ASMUCASU, un promedio de 10 mujeres que son las que participan activamente en las actividades periódicas internas organizadas por la asociación.

Medio Utilizado:

Talleres.

Áreas geográficas de impacto:

Sede de la Asociación de Mujeres Camino a la Superación-ASMUCASU. Monja Blanca, Villa Canales.

Presupuesto:

Q. 1,450.00 x 4 = Q. 5,800.00 por los cuatro talleres.

Resultado según indicadores:

50% de las mujeres integrantes de ASMUCASU, empoderadas desde su perspectiva de mujer para la transformación de su realidad. Las participantes alcanzaron un nivel de análisis y reflexión profundo acerca de su vida personal, su recorrido como mujeres y sus capacidades individuales. Sobre todo se logró instalar la inquietud de conocerse más, valorarse y buscar sus propios espacios.

5.2 Taller de Identidad Organizativa (Ver Anexo g, página 66)

Se realizó el taller de Identidad Organizativa como una actividad de cierre de todo el proceso de revisión y reestructuración del plan estratégico interno y otras actividades trabajadas con la comisión de comunicación que tenían relación con la imagen institucional.

Objetivo:

La apropiación de la identidad y cultura organizacional construida a través de técnicas que reforzaron una imagen institucional favorable a lo interno de la organización.

Publico Objetivo:

Mujeres integrantes de la ASMUCASU, un promedio de 10 mujeres que son las que participan activamente en las actividades periódicas internas organizadas por la asociación.

Medio Utilizado:

Taller.

Áreas geográficas de impacto:

Sede de la Asociación de Mujeres Camino a la Superación-ASMUCASU. Monja Blanca, Villa Canales.

Presupuesto:

Q.1,450.00.

Resultado según indicadores:

70% de las Mujeres integrantes de ASMUCASU, identificadas y empoderadas del trabajo organizativo de la Asociación. Construyeron juntas, frases, canciones, carteles y anuncios de su organización; encontrando todos los elementos importantes que las hace continuar con su trabajo.

5.3 Cuadernillo de actividades practicas-Diario de Mujer (Ver Anexo g, página 67)

Se diseño un cuaderno de actividades prácticas denominado Diario de Mujer, con ejercicios prácticos que guiaron a las mujeres en un proceso de recuperación de la identidad individual, reflexionando sobre su pasado, presente y futuro.

Objetivo:

La recuperación y apropiación de las capacidades individuales en las mujeres.

Publico Objetivo:

Mujeres integrantes de la ASMUCASU, un promedio de 10 mujeres que son las que participan activamente en las actividades periódicas internas organizadas por la asociación.

Medio Utilizado:

Impreso

Áreas geográficas de impacto:

Sede de la Asociación de Mujeres Camino a la Superación-ASMUCASU. Monja Blanca, Villa Canales.

Presupuesto:

Q.1,700.00

Resultado según indicadores:

50% de las mujeres integrantes de ASMUCASU, empoderadas desde su perspectiva de mujer para la transformación de su realidad. Se hace notorio el empoderamiento de las mismas en sus intervenciones, participación, propuestas y motivación. La mayoría de estos ejercicios se lograron trabajar dentro de los talleres de identidad individual.

5.4 Trifoliar (Ver Anexo g, página 67)

Se propuso la realización de un trifoliar institucional, pues la asociación no contaba con ningún tipo de material impreso que diera a conocer su trabajo. Con el diseño del trifoliar únicamente se logró el 30% del objetivo pues el otro 70% se espera alcanzar con la impresión y distribución del material.

Objetivo:

Proyectar la imagen institucional a nivel interno y externo, dando a conocer el trabajo que realiza la asociación.

Publico Objetivo:

Mujeres que habitan en Monja Blanca, Villa Canales y lugares aledaños.

Medio Utilizado:

Impreso

Áreas geográficas de impacto:

Aldea Chichimecas y todos sus caseríos.

Presupuesto:

Q.200.00

Resultado según indicadores:

50% de ampliación en la cobertura y proyección favorable de la Asociación hacia la comunidad.

5.5 Reuniones de trabajo con la comisión de comunicación (Ver Anexo g, página 68)

Dentro de la estructura organizativa de la asociación se encontró definida una comisión de comunicación, sin embargo esta comisión no había logrado mantenerse por algunas limitantes personales y por no tener conocimiento de sus funciones y el enfoque de su trabajo. Se realizaron cuatro reuniones durante las cuales se abordaron los temas de: comunicación organizacional interna y externa, herramientas de comunicación interna; así mismo se trabajaron herramientas como: la cartelera institucional, biografía institucional, logotipo institucional, diseño del plan estratégico y el concepto de la campaña de sensibilización.

Objetivo:

Orientar a las mujeres sobre su trabajo dentro de la comisión de comunicación, iniciando mecanismos de comunicación organizacional interna.

Publico Objetivo:

Integrantes de la Comisión de Comunicación

Medio Utilizado:

Reuniones

Áreas geográficas de impacto:

Sede de la Asociación de Mujeres Camino a la Superación-ASMUCASU. Monja Blanca, Villa Canales.

Presupuesto:

Q.800.00

Resultado según indicadores:

70% de las mujeres integrantes de ASMUCASU, identificadas y empoderadas del trabajo organizativo de la Asociación. Fue un gran impulso para la comisión de comunicación quienes fueron proponiendo los mecanismos internos que se realizaron, a través de unas orientaciones y a pesar de tener algunas limitantes como no saber leer ni escribir, se apoyaron entre sí y con sus propias manos elaboraron todo el material.

5.6 Taller Reafirmando nuestra organización y Diseño de Plan Estratégico (Ver Anexo g, página 68)

La asociación de mujeres había iniciado un proceso de elaboración de Plan Estratégico, proceso que había quedado inconcluso y del cual no tenían claridad las participantes. Se propuso un taller con el fin de reafirmar la imagen e identidad institucional, revisando y redefiniendo su misión, visión, valores y ejes de trabajo; en el cual las participantes se involucraron en cada etapa del mismo, demostrando motivación en las actividades realizadas y afirmando con sus propuestas y acuerdos el camino que querían recorrer como organización.

Objetivo:

Reafirmar la imagen e identidad institucional.

Publico Objetivo:

Mujeres integrantes de la ASMUCASU, un promedio de 10 mujeres que son las que participan activamente en las actividades periódicas internas organizadas por la asociación.

Medio Utilizado:

Taller-Impreso

Áreas geográficas de impacto:

Monja Blanca, Villa Canales

Presupuesto:

Q.900.00

Resultado según indicadores:

70% de las mujeres integrantes de ASMUCASU, identificadas y empoderadas del trabajo organizativo de la Asociación.

5.7 Cartelera Institucional (Ver Anexo g, página 69)

Esta herramienta de comunicación interna fue diseñada y elaborada en conjunto con la comisión de comunicación de la asociación. Para la elaboración de esta cartelera se utilizaron impresiones de textos e imágenes, emplastadas en fondo de color, que se colocaron de acuerdo al diseño elaborado por la comisión, en una base de madera. Dicha cartelera proyectaba la misión, visión, valores, historia de la organización.

Objetivo:

Construcción y visibilización de la cultura e imagen institucional.

Publico Objetivo:

Mujeres que habitan en Monja Blanca, Villa Canales y lugares aledaños.

Medio Utilizado:

Impreso

Áreas geográficas de impacto:

Aldea Chichimecas y todos sus caseríos

Presupuesto:

Q.500.00

Resultado según indicadores:

50% de ampliación en la cobertura y proyección favorable de la Asociación hacia la comunidad.

5.8 Material gráfico-biografía institucional (Ver Anexo g, página 69)

Esta herramienta surgió como una propuesta de visibilización del recorrido de la asociación y como una manera de motivación para las mujeres que han estado constantes. Para ello se recopilaron fotografías de las diferentes actividades realizadas por las mujeres, proyectando los diferentes espacios brindados por la asociación y los diferentes momentos vividos por las participantes. Estas fotografías se colocaron alrededor de las paredes del salón principal, invitando a un recorrido por todo el espacio.

Objetivo:

Visibilizar la historia y recorrido de la organización

Publico Objetivo:

Mujeres que habitan en Monja Blanca, Villa Canales y lugares aledaños.

Medio Utilizado:

Impreso

Áreas geográficas de impacto:

Aldea Chichimecas y todos sus caseríos.

Presupuesto:

Q.100.00

Resultado según indicadores:

50% de ampliación en la cobertura y proyección favorable de la Asociación hacia la comunidad.

5.9 Logotipo institucional (Ver Anexo g, página 70)

Durante las reuniones de trabajo se hizo una propuesta de diseño de logotipo con la comisión de comunicación y luego se socializó con todas las integrantes, aportando y aprobando la propuesta final. Todas las mujeres aportaron ubicando elementos que las identificara como grupo, manifestando la importancia de la solidaridad, unidad y proyectando la superación como un fin integral.

Objetivo:

Contribuir en la construcción de la imagen institucional.

Publico Objetivo:

Población de Monja Blanca, Villa Canales y lugares aledaños.

Medio Utilizado:

Impreso

Áreas geográficas de impacto:

Aldea Chichimecas y sus caseríos.

Presupuesto:

Q.150.00

Resultado según indicadores:

70% de las mujeres integrantes de ASMUCASU, identificadas y empoderadas del trabajo organizativo de la Asociación.

**5.10 Relanzamiento de la Asociación-Campaña de sensibilización
(Ver Anexo g, página 70)**

Estas fueran dos actividades paralelas:

- El relanzamiento de la asociación que consistió en : una actividad de tres días en la que se desarrollaron diferentes jornadas dirigidas a las mujeres con un enfoque integral, una jornada lúdica, jornada médica y jornada cultural; en las que se aprovechó para promover por medio de audio e impresos el trabajo de la organización.

Objetivo:

Promover el trabajo y la imagen de la organización.

Publico Objetivo:

Población de la aldea Chichimecas y todos sus caseríos

Medio Utilizado:

Audio-impresos-proyección social

Áreas geográficas de impacto:

Aldea Chichimecas y todos sus caseríos.

Presupuesto:

Q.5,950.00

Resultado según indicadores:

50% de ampliación en la cobertura y proyección favorable de la Asociación hacia la comunidad.

- La campaña de sensibilización que consistió: en la realización de murales en la sede de la asociación y en algunas casas de la comunidad, promoviendo los derechos de las mujeres.

Objetivo: promoción de los derechos de las mujeres, en especial la participación de las mismas en los diferentes ámbitos, como parte de la imagen institucional.

Publico objetivo:

Población de Monja Blanca y comunidades aledañas, específicamente mujeres.

Medio Utilizado:

Murales e impresos (afiches, volantes, mantas)

Áreas Geográficas de Impacto:

Aldea Chichimecas y todos sus caseríos.

Presupuesto:

Q.3,285.00

Resultado según indicadores:

50% de ampliación en la cobertura y proyección favorable de la Asociación hacia la comunidad.

7. Conclusiones

Después de realizado este proyecto se concluye que:

- ❖ La Asociación de Mujeres Camino a la Superación ASMUCASU, al no contar con una imagen institucional se ve afectada en su relacionamiento tanto interno como externo, por lo tanto como toda organización está basada en relaciones humanas, esto a la vez no le permite avanzar en sus diferentes procesos.
- ❖ De acuerdo a las encuestas realizadas los medios utilizados para promover el trabajo realizado por ASMUCASU, han sido múltiples, manifestándose la poca claridad de las participantes en que medio es más efectiva su divulgación.
- ❖ La Asociación de Mujeres se encuentra débil en su estructura organizativa, hay establecidos cargos y comisiones de trabajo, sin embargo no hay claridad de funciones y mecanismos de seguimiento. Las integrantes de la misma no han recibido un proceso integral que fortalezca sus capacidades individuales.
- ❖ Desde la perspectiva de la comunicación organizacional, específicamente el conocimiento organizacional es importante que todos los miembros de una organización tengan claridad de su papel dentro de la institución, el qué hacer de la misma y sus motivaciones, pues todos los seres humanos nos comunicamos de una u otra forma y trasladamos lo que recibimos, es así que desde los representantes o integrantes empieza a construirse la organización.
- ❖ Desde el enfoque de género, como categoría de análisis, es importante crear dentro de las organizaciones herramientas de comunicación que aporten a disminuir los desequilibrios de poder entre mujer y hombre.
- ❖ Partiendo de la teoría del aprendizaje organizacional, lo que se aprende en la organización, cómo cada uno lo recibe tiene que ver con las percepciones y actitudes personales; y cómo esto afecta de una manera determinante al grupo.
- ❖ En toda organización es importante contar con un ente encargado de fortalecer y dar seguimiento al eje de comunicación, pues si paralelamente un coordinador, presidente o jefe se hace cargo, no se tiene la oportunidad de estudiar a profundidad las necesidades y respuestas comunicacionales.
- ❖ Al finalizar la presente investigación se notó la motivación y necesidad de trabajar un proceso profundo a nivel personal y organizacional, pues se cuenta con el recurso humano, la motivación, disposición y capacidad de las voluntarias, más no con un ente más cercano, especializado y con capacidad financiera para dar seguimiento a sus necesidades comunicacionales.

8. Recomendaciones

A partir de la investigación realizada y la experiencia adquirida durante el proyecto de EPS de licenciatura en comunicación, las recomendaciones planteadas son las siguientes:

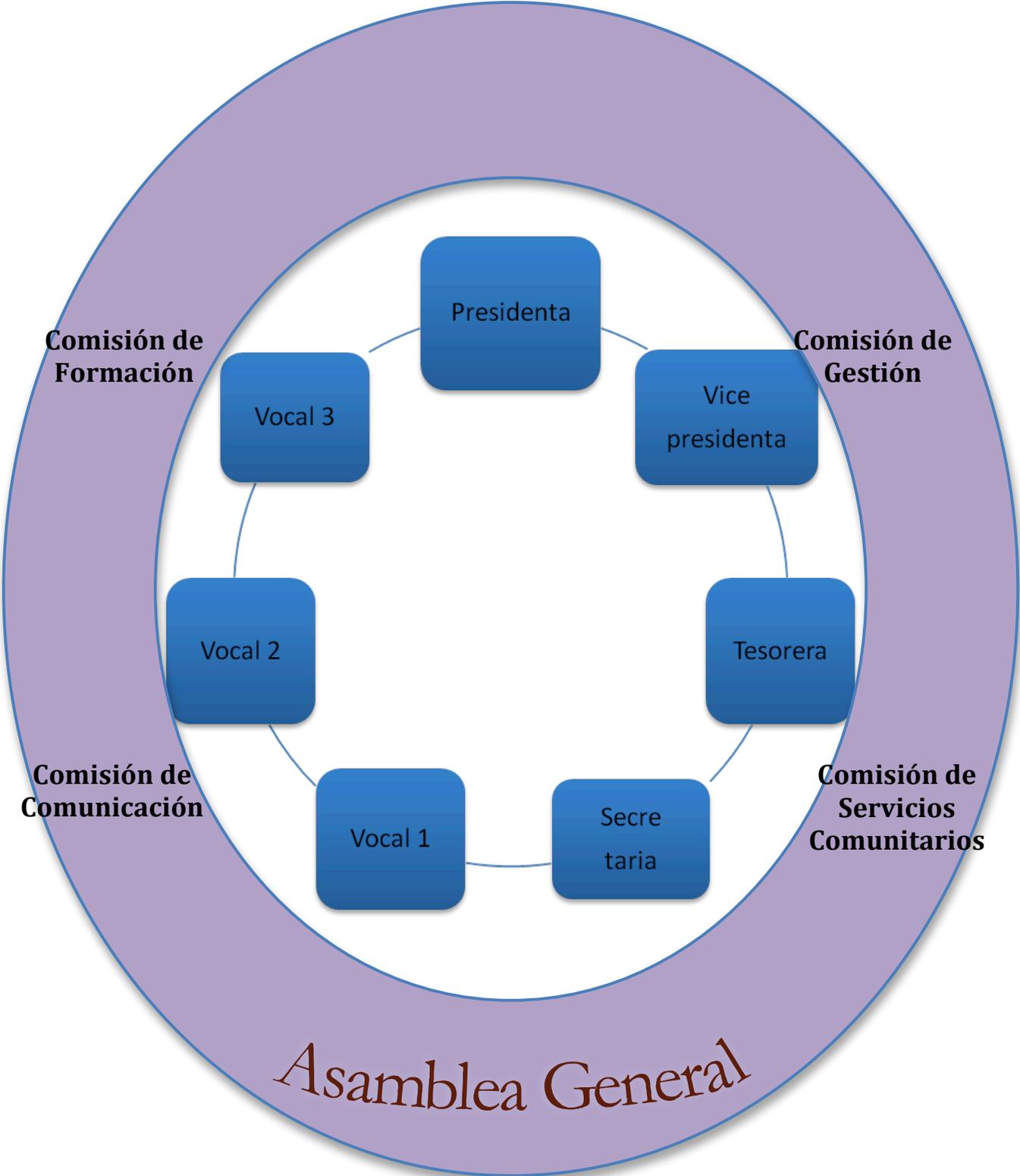
- ❖ Reforzar la imagen institucional construida de la Asociación de Mujeres Camino a la Superación, con procesos constantes y permanentes tanto a nivel interno como externo.
- ❖ Generar procesos de formación integral que le aporten a las integrantes desde su perspectiva de mujer y que fortalezcan la estructura organizativa de la asociación.
- ❖ Crear espacios de encuentro y convivencia que favorezcan las relaciones interpersonales de las integrantes.
- ❖ Proporcionar un proceso de capacitación técnica y desarrollo de habilidades a la comisión de comunicación para el seguimiento y fortalecimiento de esta área.
- ❖ Gestionar recursos y/o herramientas comunicacionales que lleven un contenido con enfoque de género, para la visibilización del empoderamiento de las mujeres.
- ❖ Utilizar medios alternativos populares de acuerdo al contexto para la promoción de sus actividades.
- ❖ Crear manuales de procedimientos, políticas y/o guías de trabajo para las diferentes áreas de la organización (Administración, comunicación, gestión).

9. Bibliografía

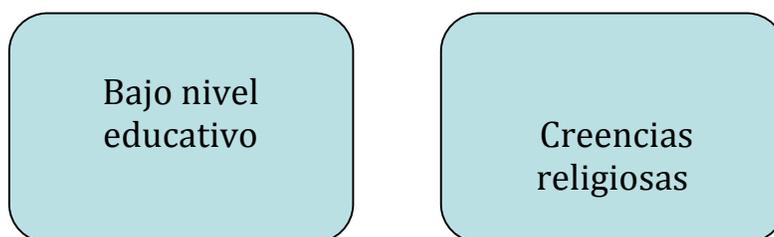
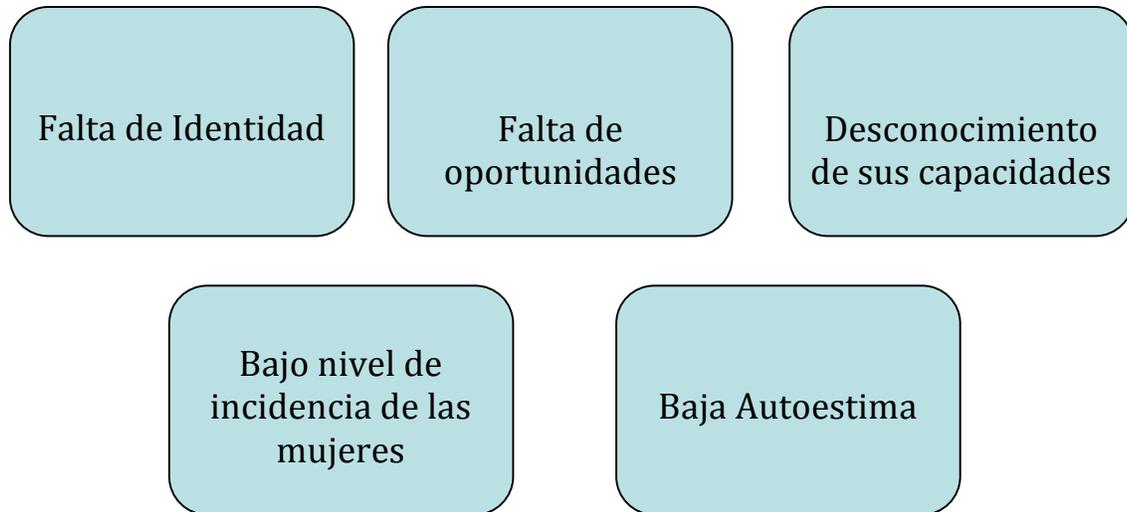
- Allaire, A. (2004). *Cultura Organizacional*. Colombia: Facultad de Ciencias Económicas y Estadística.
- Asociación de Mujeres Camino a la Superación-ASMUCASU. (2004). *Estatutos de Constitución legal de ASMUCASU*. Guatemala.
- Capriotti, P. (1999). Capacitación y Desarrollo. *Reporte C&C* , 30-33.
- Collado, C. F. (2009). *La Comunicación en las organizaciones*. México: Editorial Trillas.
- Congreso de la Republica, Gobierno de Guatemala. (2008). *Ley contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer*. Guatemala.
- Erikson, E. (1980). *Identidad, juventud y crisis*. . Madrid: Taurus.
- FUNDESCO. (2011). *Diagnóstico de ASMUCASU*. Guatemala.
- FUNDESCO. (2012). *Proyecto: "Fortaleciendo los procesos de empoderamiento de las mujeres y las redes urbano populares desde lo local a lo municipal"*. Guatemala.
- FUNDESCO. (2011). *Recopilación Plan Estratégico de ASMUCASU*. Guatemala.
- Instituto de la Mujer de España. (2009). *Comunicación, organización y género, Ellas tienen la palabra*. Quito: ALAI.
- KOONTZ Harold, W. H. (1998). *Administración. Una Perspectiva Global*. México: McGraw-Hill.
- León, M. (1997). *Poder y empoderamiento de las mujeres*. Santa Fe de Bogotá: T/M Editores.
- López, A. P. (s.f.). *Comunicación Corporativa*. Recuperado el 15 de Julio de 2012, de <http://areliperezlopez.blogspot.com/2011/09/la-comunicacion-externa-y-interna.html>
- Organismo Judicial. (s.f.). *Unidad de la Mujer-Tratados Internacionales sobre Derechos de las Mujeres*. Recuperado el 29 de 09 de 2012, de Unidad de la Mujer-Tratados Internacionales sobre Derechos de las Mujeres: <http://www.oj.gob.gt/index/unidad-de-la-mujer/tratados-internacionales-sobre-derechos-humanos-de-las-mujeres>
- Schein, E. H. (2010). *Organizational Culture and Leadership* (Cuarta Edición ed.). Estados Unidos: John Wiley & Sons, Inc.
- Soto, L. (s.f.). *Mi Tecnológico*. Recuperado el 25 de Julio de 2012, de <http://www.mitecnologico.com/Main/ComunicacionInterpersonal>
- Thomas G. Cummings, C. G. (2007). *Desarrollo organizacional y cambio* . Cengage Learning Editores.

ANEXOS

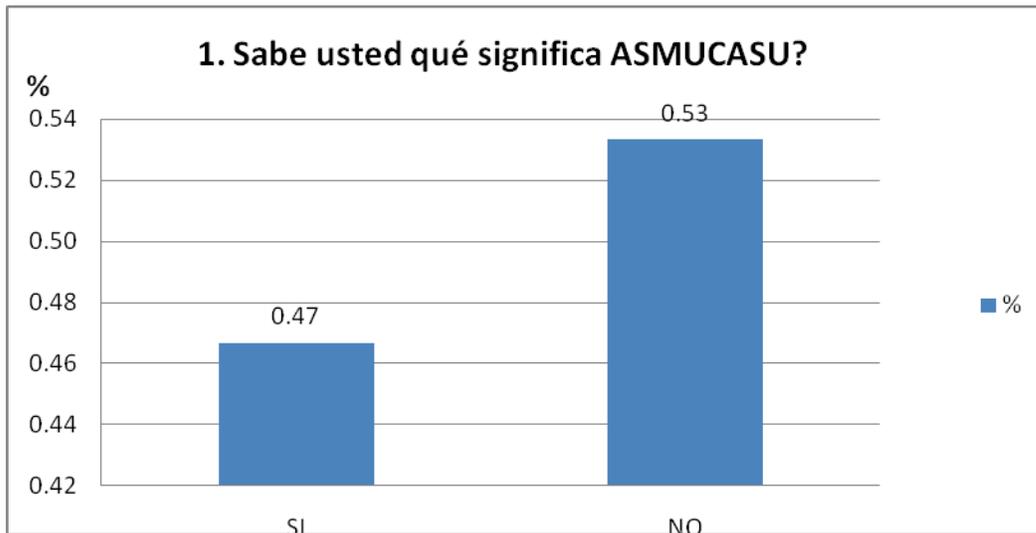
a. Organigrama de la Institución



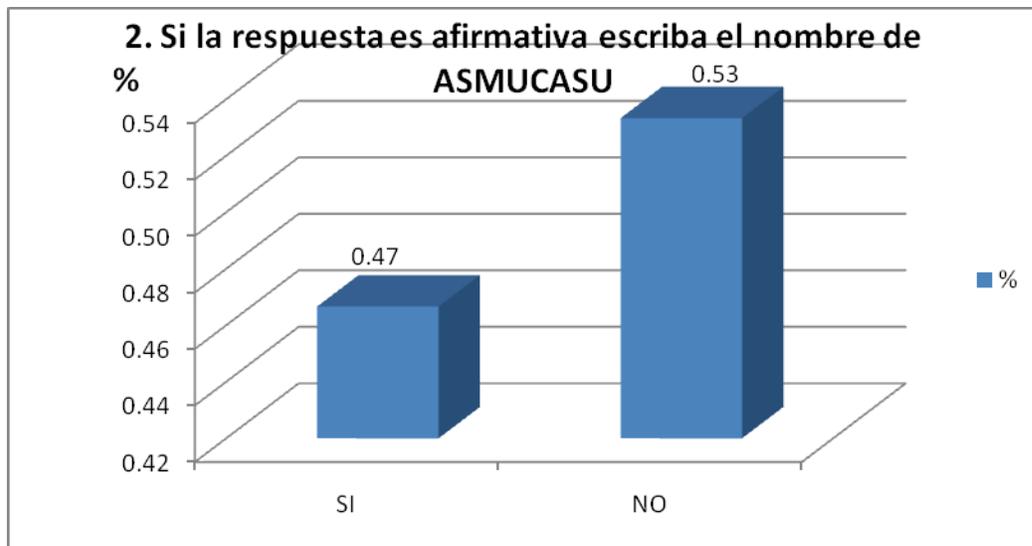
b. Árbol del Problema



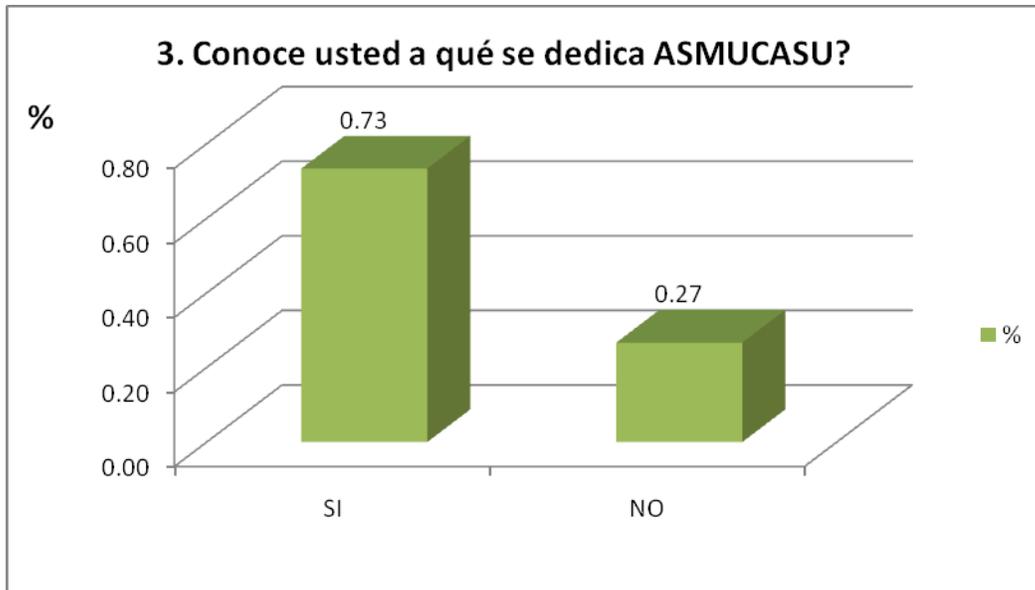
c. Gráficas estadísticas



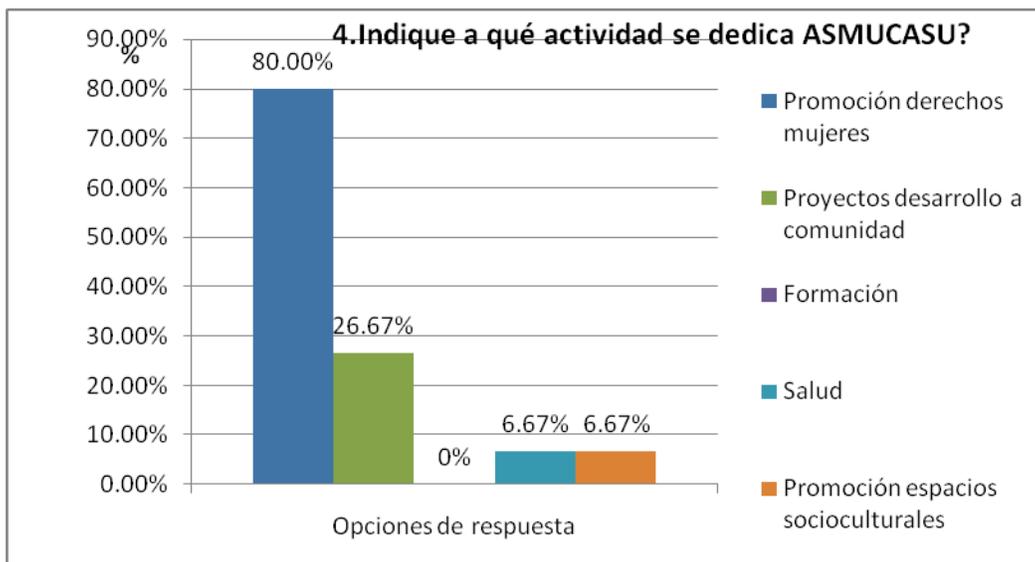
Se planteó si conocían el significado de ASMUCASU, a lo cual el 47 % respondió que sí, determinando así que más del 50% no conocen el significado de las siglas de la Asociación.



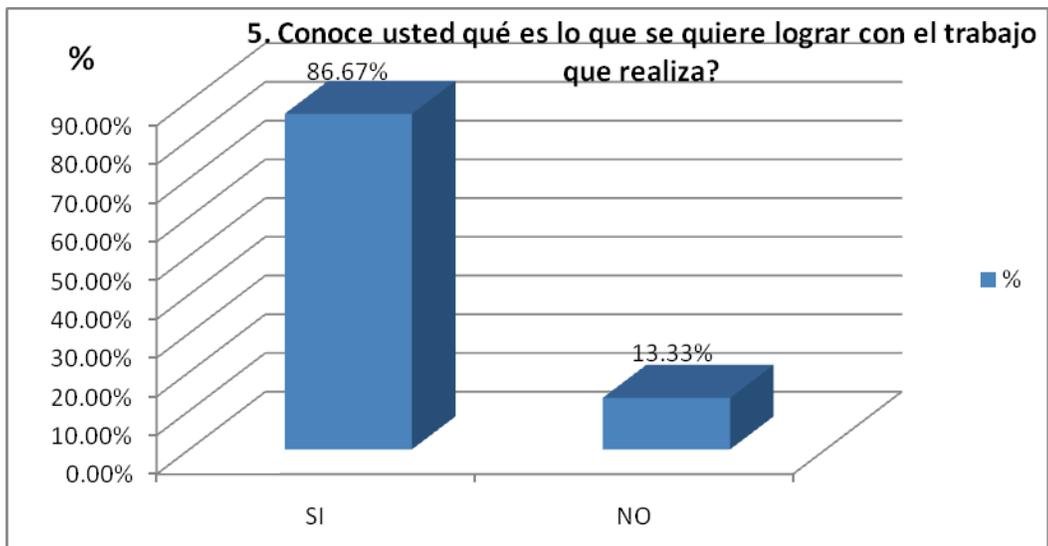
Los resultados refuerzan la pregunta anterior pues menos del 50% escribieron el significado de ASMUCASU



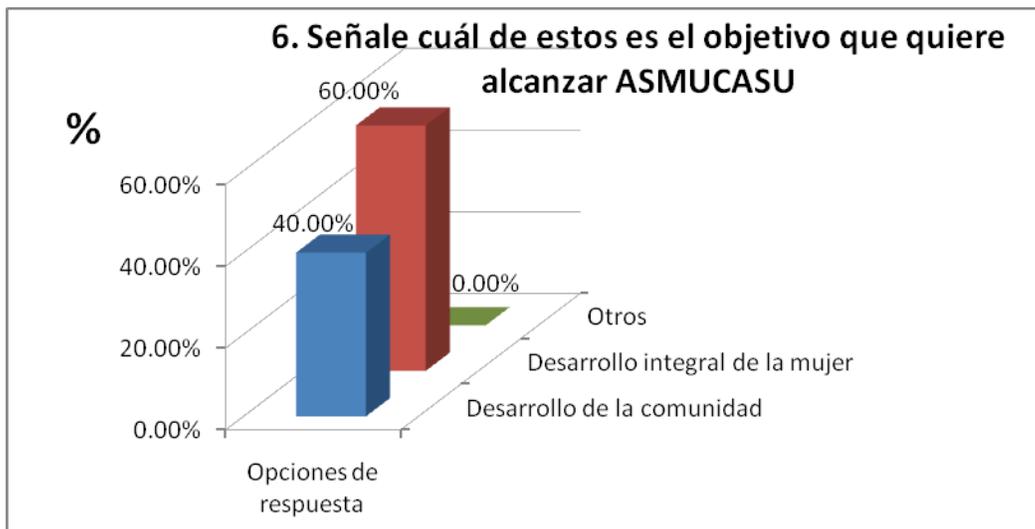
El 73 % respondió que sí, lo que indica que del total de encuestadas la mayoría tiene una idea general del trabajo de la asociación.



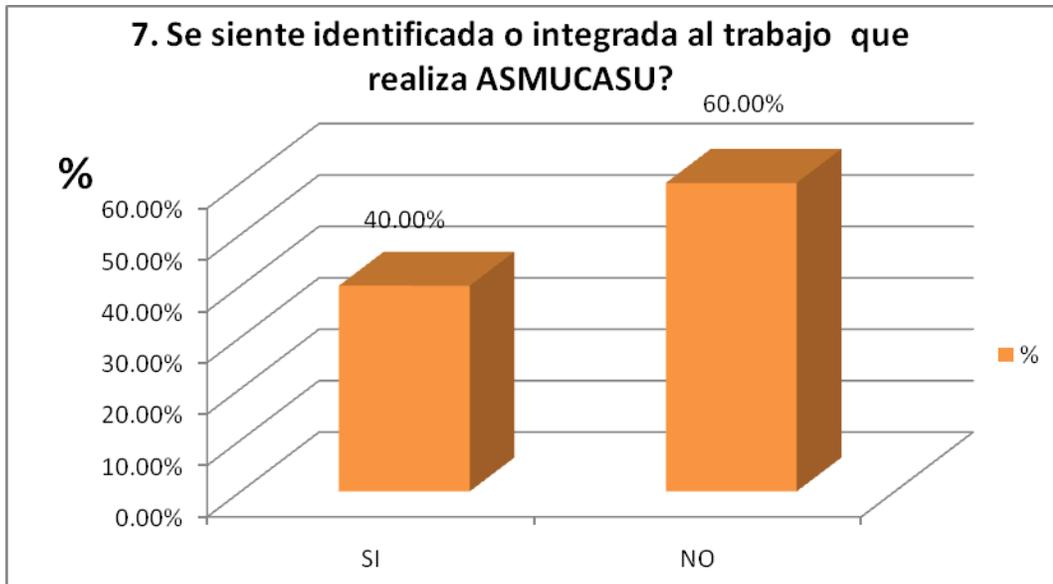
Del total de encuestadas el 80% respondieron que “Promoción de derechos de las mujeres”, 26.67% respondieron “Proyectos de desarrollo a la comunidad, 6.67% respondió que “Salud”, el 6.67% “promoción de espacios socioculturales y recreativos”. Lo que indica que un 80% relaciona a ASMUCASU con el trabajo de promoción de derechos de las mujeres, un 26.67 % con proyectos de desarrollo a la comunidad, siendo estas dos opciones las más seleccionadas, lo que indica que el trabajo de la asociación se ha centrado en la promoción de los derechos de las mujeres y proyectos a la comunidad



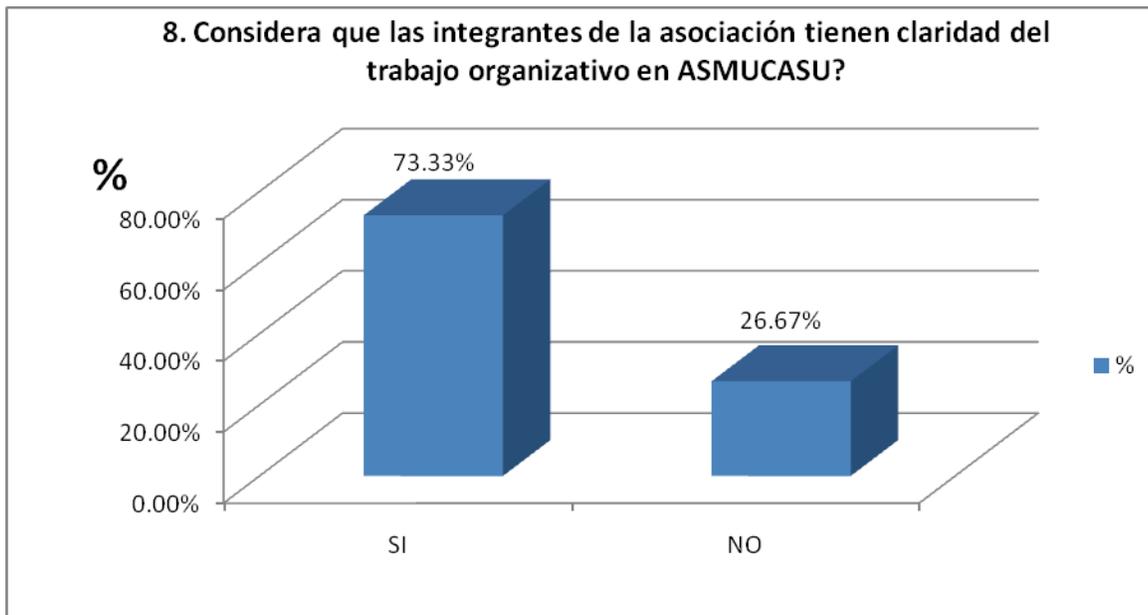
El 86.66 % respondieron que si, reflejando con esto que se tiene seguridad en el trabajo que realizan.



Pregunta No. 6, ¿Cuál de estos es el objetivo que quiere alcanzar ASMUCASU con su trabajo? 60% respondieron “desarrollo integral de la mujer” y el 40% respondieron “desarrollo de la comunidad”. Poniendo en evidencia que el objetivo primario de la asociación es el desarrollo integral de la mujer y a través de este aportar al desarrollo de la comunidad, lo que tiene congruencia con el trabajo al que se ha dedicado.

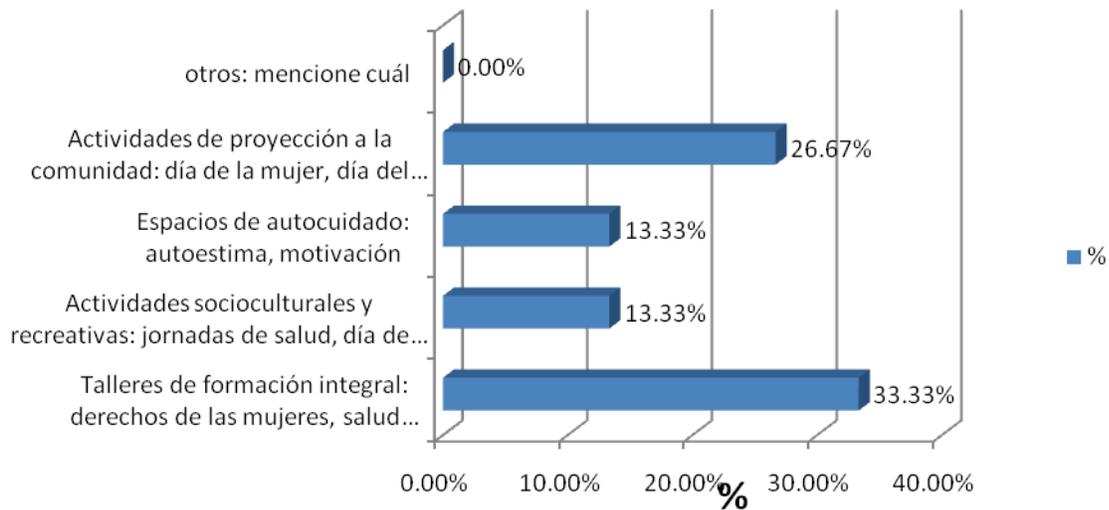


40 % respondieron que si, lo que indica que menos del 50% se sienten identificadas o integradas a la asociación.



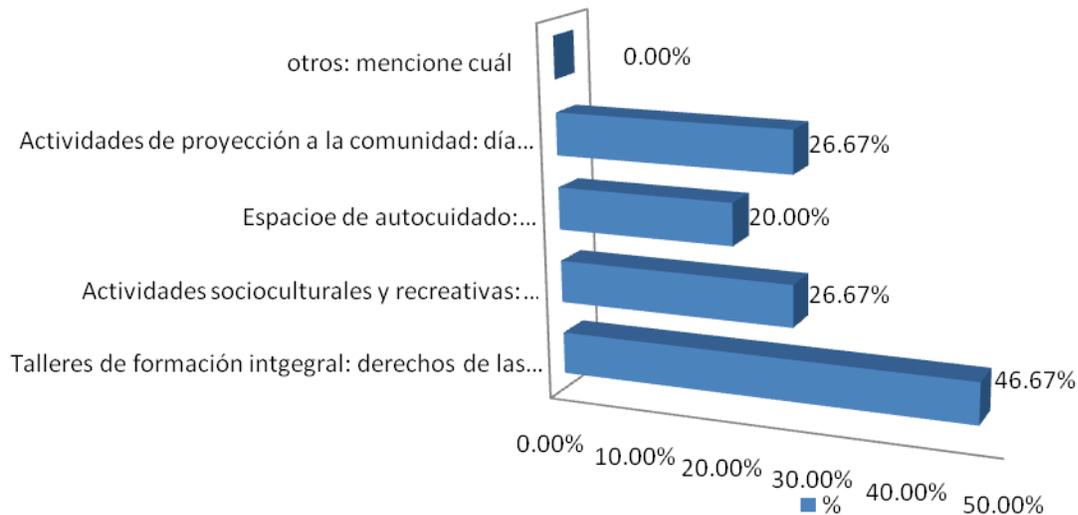
73.33 % Respondieron que si, de lo que se deduce que la mayoría conoce y tiene claridad del trabajo de la Asociación, pero no se sienten parte de la organización, contraponiéndolo a la pregunta anterior.

9. De qué actividades ha escuchado o participado organizadas por ASMUCASU?

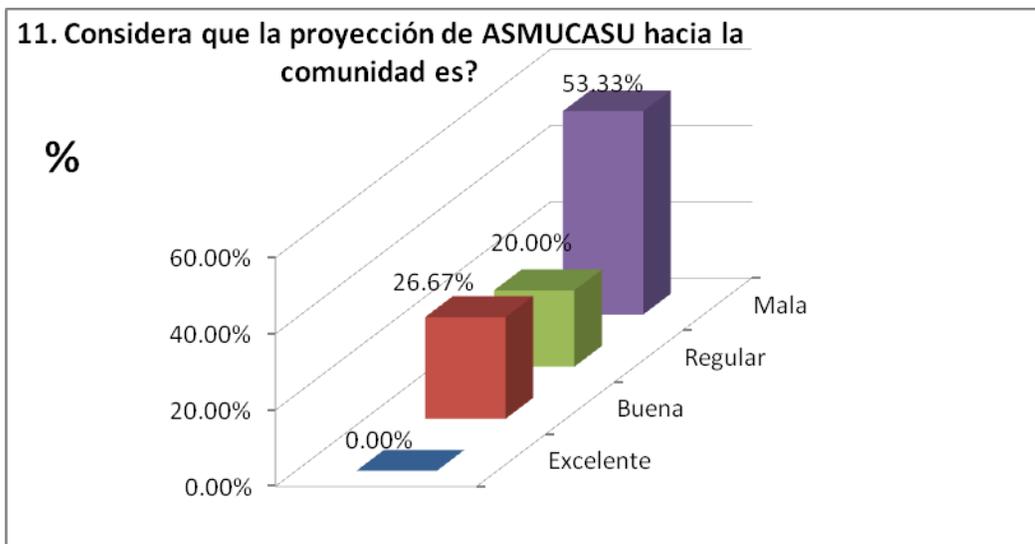


Se puede decir que han participado en las actividades realizadas, que las que más se han dado a conocer son los talleres de formación con 33.33% y actividades de proyección a la comunidad con 26.67%

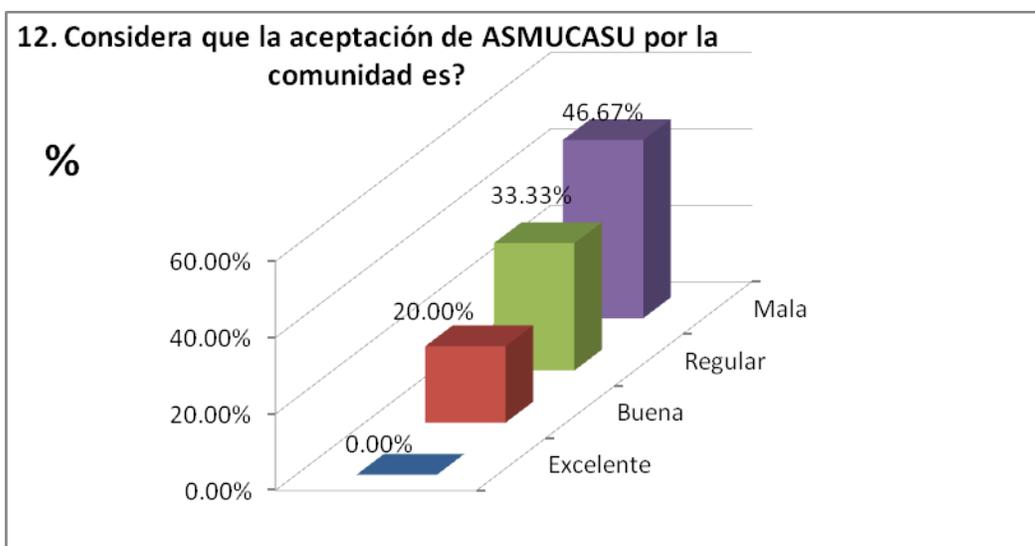
10. Qué actividades le gustaría que se realizaran con más frecuencia en ASMUCASU?



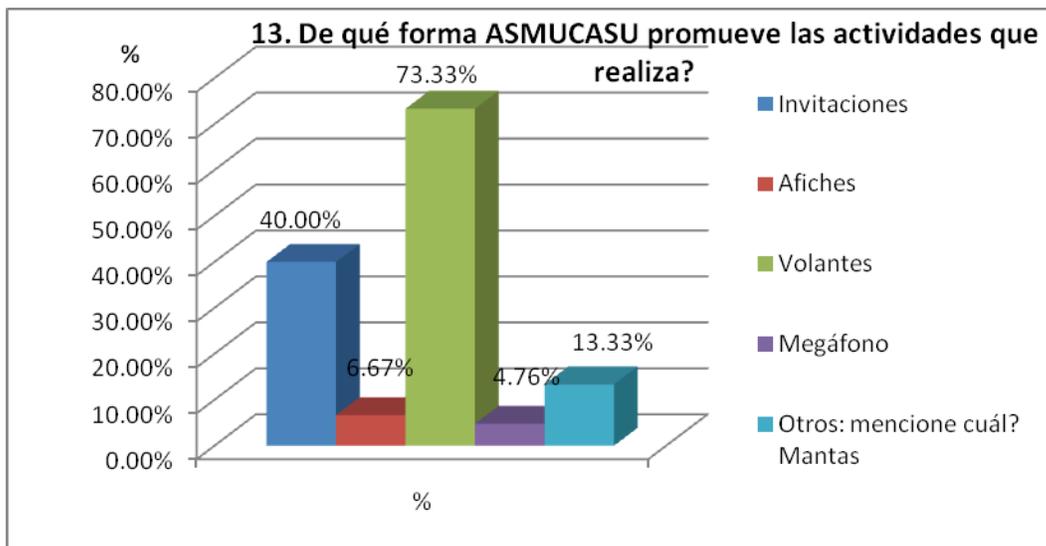
La mayoría se inclina por los talleres de formación y en un segundo plano las actividades de proyección a la comunidad y actividades socioculturales lo que nos cuestiona la diversidad de actividades, de gustos y necesidades en relación a las mujeres. La estrategia se debe enfocar a marcar la integralidad de la organización.



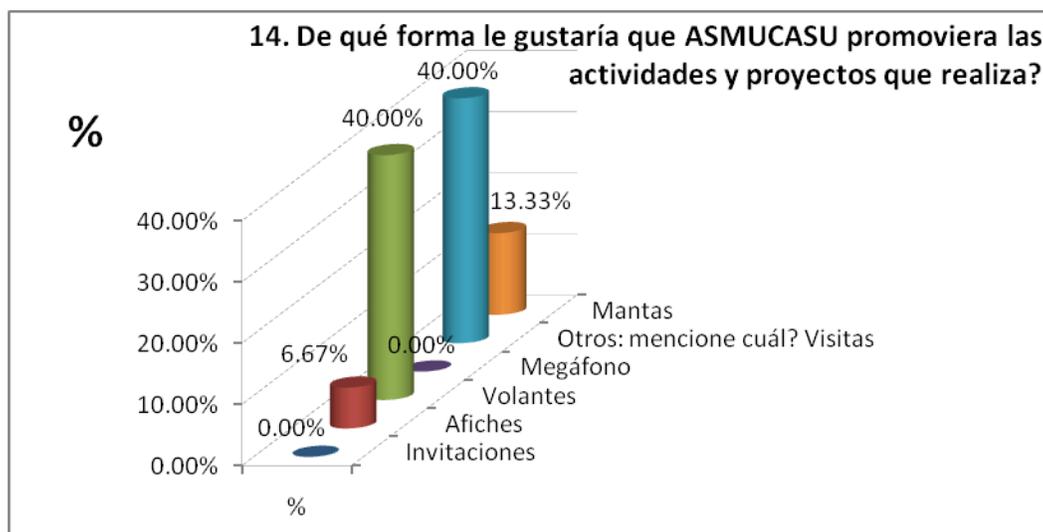
Esto nos da un indicativo que es necesario que la asociación se dé a conocer más, aumente su promoción y divulgación.



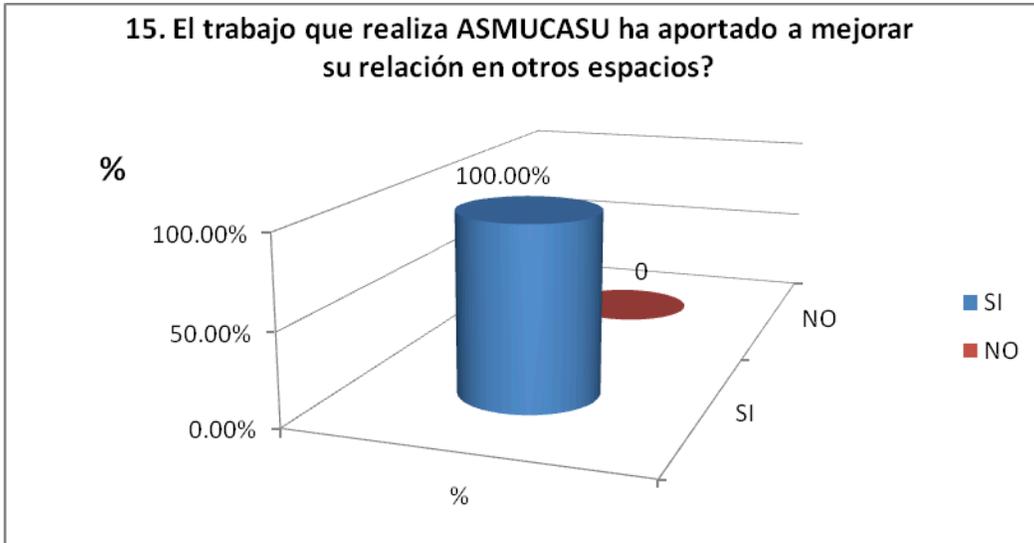
Lo que nos manifiesta que es necesario implementar una estrategia que mejore la aceptación de ASMUCASU por la comunidad.



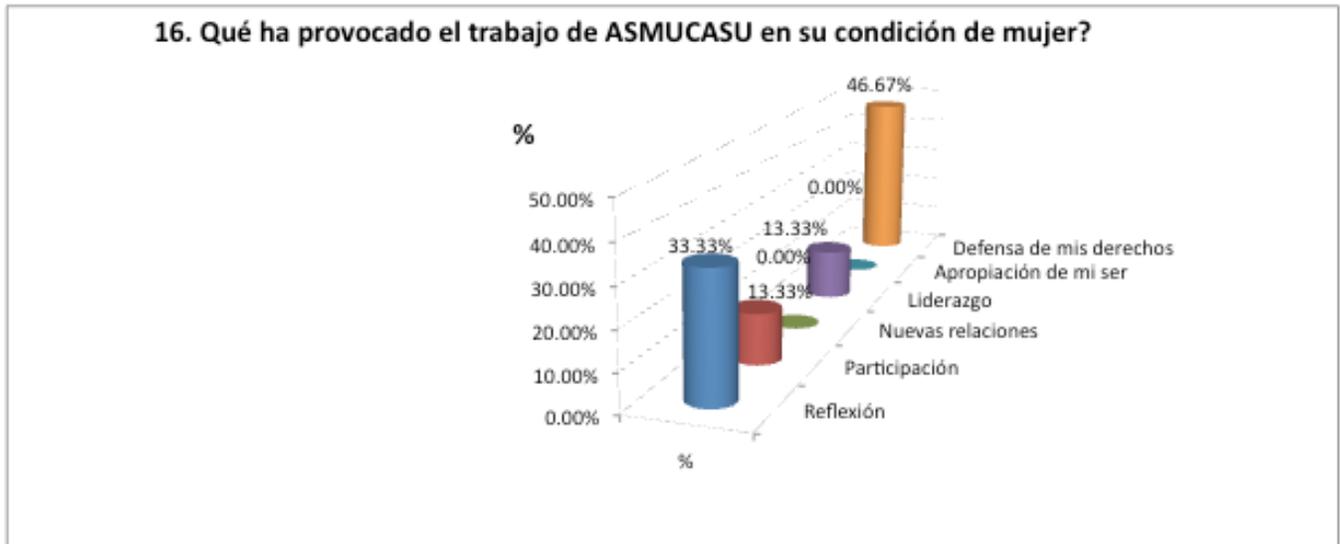
Lo que nos refleja que lo que más ha utilizado para la promoción de actividades son los volantes, seguido de las invitaciones.



Dentro de estas propuestas lo que prefieren que se utilizara para la promoción son las visitas con 40% y los volantes con un 40%, pues lo ven como una opción más cercana, más cálida.

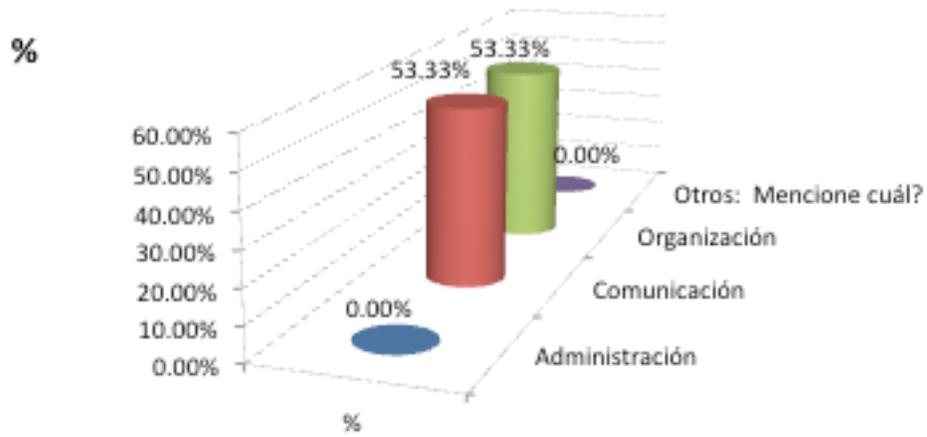


El total de encuestadas respondió que sí. Lo que implica que la mayoría reconoce y están conscientes de los aportes que la asociación ha dado a nivel individual.



Es decir que lo que más ha provocado el trabajo de ASMUCASU en las mujeres es la defensa de sus derechos, seguida de la reflexión. Esto nos indica que es necesario reforzar esta parte del trabajo de ASMUCASU con una estrategia que les diga cómo utilizar la reflexión y defensa de derechos para el empoderamiento de las mujeres, la apropiación de sus capacidades.

17. Qué aspectos a nivel interno de la organización hay que mejorar?



Dejando entrever que tanto la forma de organización como la comunicación hay que mejorarla.

a. Cronograma de actividades de acuerdo a la estrategia

Actividad	Mayo				Junio				Julio				Agosto				Septiembre				Octubre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Planificación de talleres	x	x	x	x	x	x	x	x																
Talleres de Identidad Individual		x				x				x				X										
Reuniones con Comisión de comunicación							x				x		x		x									
Revisión Plan Estratégico												x	x											
Taller de identidad organizativa																x								
Cuadernillo de actividades prácticas-diario de mujer	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	X	x	x								
Diseño de Trifoliar												x	x	X										
Diseño de Plan Estratégico										x	x	x												
Elaboración de cartelera institucional									x															
Elaboración de biografía institucional						x																		
Diseño de Logotipo																	x							
Campaña de sensibilización																	x	X	x	x	x			
Actividad de relanzamiento																	x	X	x	x	x			

e. Fotografías



Sede de ASUCASU, Caserío Monja Blanca, aldea Chichimecas, Villa Canales



Taller "Reafirmando nuestra Organización"
Revisión del Plan Estratégico



Taller de Género



Taller de Género



Reunión con la comisión de comunicación



Reunión con la Comisión de Comunicación



Taller de Identidad Organizativa



Integrantes de ASMUCASU



Actividad de Relanzamiento ASMUCASU
"Tarde Cultural"



Actividad de Relanzamiento ASMUCASU
"Tarde Cultural"



Campaña de Sensibilización por los
Derechos de las Mujeres



Campaña de Sensibilización por los
Derechos de las Mujeres

Otras Actividades



Taller de Liderazgo impartido por facilitadoras de ASMUCASU a socias de la misma organización



Taller "Derechos Humanos de las Mujeres"



Actividad en conmemoración del día de la Mujer en Villa Canales



Actividad en conmemoración del día de la Mujer en Villa Canales



Participación en REDICAM, Red de Investigación, Capacitación y atención a Mujeres



Encuesta realizada a Integrante de ASMUCASU

g. Ejemplos de materiales ejecutados en el proyecto

❖ Talleres de Identidad Individual



Proyecto: "Fortaleciendo los procesos de empoderamiento de las mujeres y las redes urbano populares desde lo local a lo municipal"

DISEÑO METODOLOGICO

Actividad	Taller de Sexualidad
Lugar	Sede de ASMUCASU
Fecha	Agosto durante las reuniones de Monitoreo
Horario	14:00 a 17:00
Responsable	Saira Larios Epesista de Comunicación

OBJETIVO GENERAL:
Reflexionar sobre la dimensión total de la sexualidad como parte del desarrollo pleno de la mujer y de la construcción de la identidad



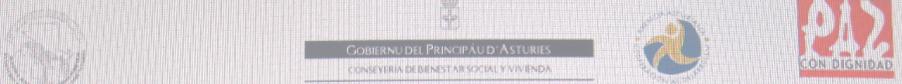
Proyecto: "Fortaleciendo los procesos de empoderamiento de las mujeres y las redes urbano populares desde lo local a lo municipal"

DISEÑO METODOLOGICO

Actividad	Taller sobre los placeres
Lugar	Sede de ASMUCASU
Fecha	Septiembre durante las reuniones de Monitoreo
Horario	14:00 a 17:00
Responsable	Saira Larios, Epesista de Comunicación

OBJETIVO GENERAL:
Profundizar en el tema de las sensaciones, emociones y placeres para la incorporación de los mismos como parte de la integridad de la mujer.

❖ Taller de Identidad Organizativa



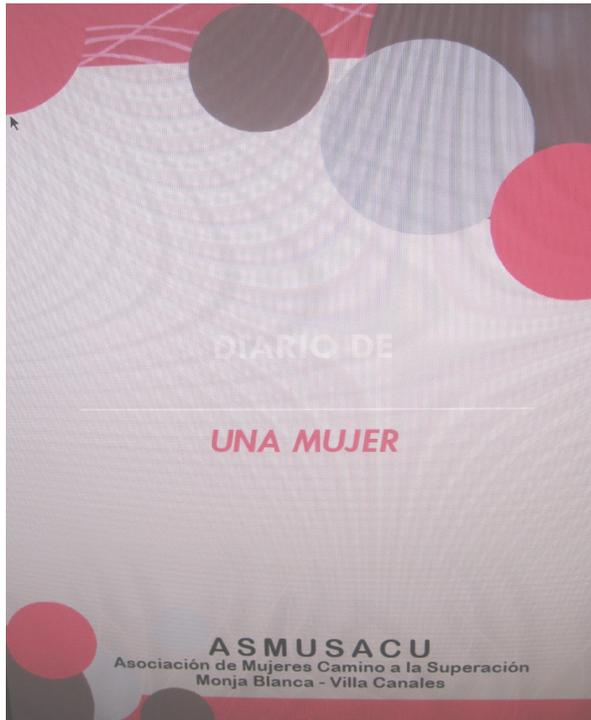
Proyecto: "Fortaleciendo los procesos de empoderamiento de las mujeres y las redes urbano populares desde lo local a lo municipal"

DISEÑO METODOLOGICO

Actividad	Taller de Identidad Organizativa "Yo soy Asmucasu"
Lugar	Sede de ASMUCASU
Fecha	31 de agosto 2012
Horario	10:30 a 17:00
Responsable	Saira Larios Epesista de Comunicación

OBJETIVO GENERAL:
Fortalecimiento y apropiación de la identidad organizativa de Asmucasu

❖ Cuaderno de Actividades Prácticas-Diario de Mujer



❖ Diseño de Trifoliar

ASMUCASU
Asociación de Mujeres
Camino a la Superación

MISIÓN
Brindar espacios de desarrollo integral, formación, capacitación técnica, autocuidado, actividades socio-culturales y proyectos productivos que fortalezcan las capacidades de las mujeres con el fin de lograr mayor incidencia a nivel local y desarrollo comunitario.

VISIÓN
Convertirnos en una alternativa de desarrollo para la comunidad que proyecte a la mujer como actrices de cambio, ser un espacio organizativo que atienda las necesidades específicas de mujeres y niños en salud, mejoramiento social, económico, ambiental cultural y recreativo-técnica, autocuidado, actividades socio-culturales y proyectos productivos que fortalezcan las capacidades de las mujeres con el fin de lograr mayor incidencia a nivel local y desarrollo comunitario.

OFRECEMOS

- Talleres de formación Integral
- Espacios de Autocuidado
- Espacios Culturales
- Proyectos Productivos
 - Farmacia
 - Librería

❖ Reuniones con Comisión de Comunicación



GOBIERNO DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS

FUNDESCO

Fundación para el Desarrollo Comunitario FUNDESCO

 Proyecto: "Fortaleciendo los procesos de empoderamiento de las mujeres y las redes urbano populares desde lo local a lo municipal"

MEMORIA

Actividad:	Reunión Comisión de Comunicación Asmucasu
Lugar y Fecha:	Sede de Asmucasu, 07/08/2012
Hora:	09:00 a 12:00
Objetivo:	Construir instrumentos comunicacionales a nivel interno

PARTICIPANTES

No.	Nombre y apellidos	Organización/comunidad	Teléfono
1	Marianela Pérez	Asmucasu	---
2	Yesenia Pérez	Asmucasu	49097982
3	Elizabeth Ramírez	Asmucasu	30466893
4	Saira Larios	Fundesco	40465391

AGENDA

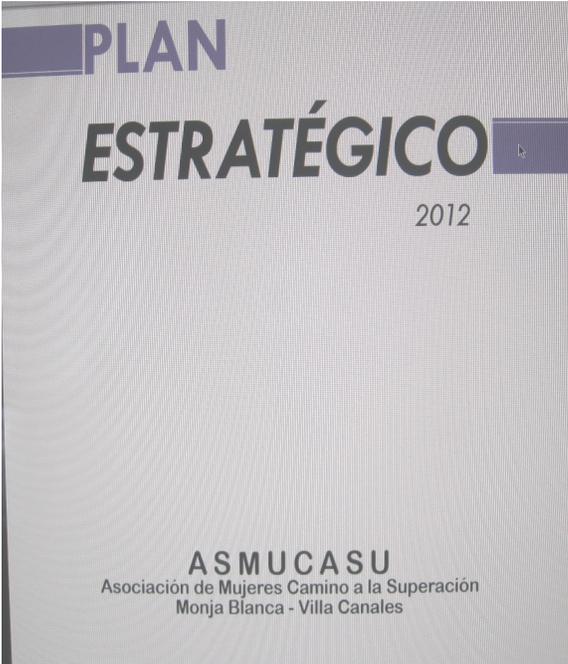
- Definir elementos a incluir dentro de cartelera
- Construcción de elementos para cartelera

SINTESIS DEL DESARROLLO

Tema:	Comunicación organizacional
1 Definir elementos para cartelera	En esta reunión se les solicitó que escribieran en fichas qué información les gustaría que se colocara en la cartelera, luego compartieron y explicaron por qué querían esa información. Con las fichas que hicieron se le pidió que en un papelógrafo las fueran ubicando para saber en qué posición les gustaría que quedara dentro de la cartelera. De esta manera quedó definido el diseño, la estructura e información de la cartelera. En representación de Fundesco se comprometió traer material para elaborar la cartelera, traer impresa la misión, visión e historia de Asmucasu. Así como también fotografías que reflejaran el trabajo de la Asociación.
2 Construcción de elementos para cartelera	Luego se procedió a elaborar letras con el nombre de la Asociación y otros materiales para iniciar con la construcción de la cartelera.

Responsable: _____

❖ Asesoría y Diseño de Plan Estratégico



PLAN
ESTRATÉGICO
 2012

ASMUCASU
 Asociación de Mujeres Camino a la Superación
 Monja Blanca - Villa Canales



Mujeres actoras de cambio

MISIÓN

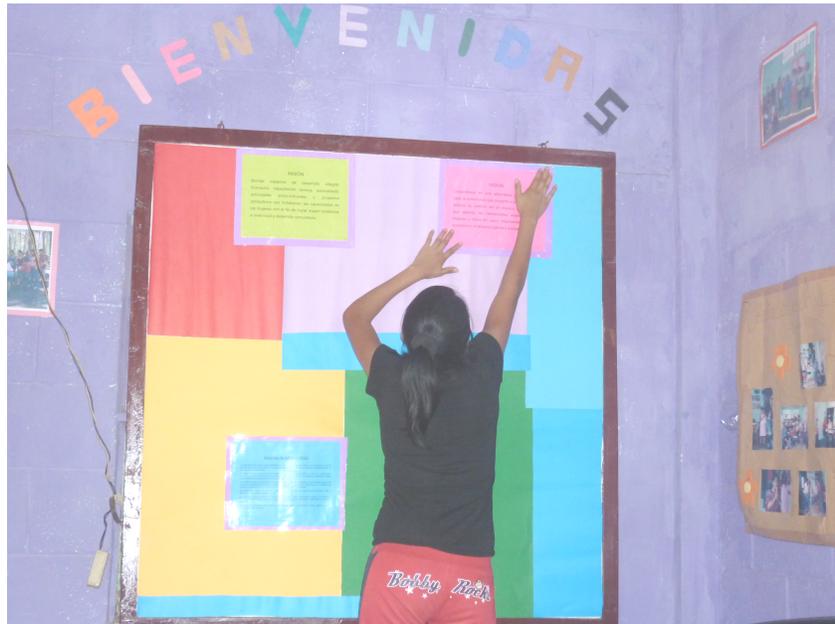
Brindar espacios de desarrollo integral, formación, capacitación técnica, autoayuda, actividades socio-culturales y proyectos productivos que fortalezcan las capacidades de las mujeres con el fin de lograr mayor incidencia a nivel local y desarrollo comunitario.

VISIÓN

Convertirnos en una alternativa de desarrollo para la comunidad que proyecte a la mujer como actora de cambio, ser un espacio organizativo que atienda las necesidades específicas de mujeres y niños en salud, mejoramiento social, económico, ambiental cultural y recreativo.

PLAN ESTRATÉGICO / ASMUCASU 2

❖ **Cartelera Institucional**



❖ **Material Gráfico-Biografía Institucional**



❖ Diseño de logotipo



❖ Materiales de divulgación para Campaña de Sensibilización por los derechos de las Mujeres (afiches, volantes, playeras, mantas)

