

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

TEMA:

**Fortalecimiento de la Identidad Visual de la Fundación Guatemalteca para
Niños con Sordoceguera Alex (FUNDAL)**

Gabriela María Román Paz

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, noviembre de 2014

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

TEMA:

Fortalecimiento de la Identidad Visual de la Fundación Guatemalteca para Niños con Sordoceguera Alex (FUNDAL)

Informe Final De Ejercicio Profesional Supervisado E.P.S.

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

Gabriela María Román Paz

Previo a optar el título de:

LICENCIADOA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Asesor:

M.A. Sergio Morataya

Guatemala, noviembre de 2014

Consejo Directivo

Director

Licenciado Julio Estuardo Sebastián Chilín

Secretaria

M.A. Claudia Molina

Representantes de docentes

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor Carillas Brán

Representante de los egresados

Lic. Michael González Batres

Representantes estudiantiles

Pub. Joseph Mena

Pub. Carlos León

Coordinador de EPS

M.A. Sergio Vinicio Morataya García

Supervisora de EPS

Licda. Floralba Pérez-Folgar



Tu apoyo nos hace sonreír

Apóyanos apradrinando a un niño o
siendo voluntario, para mayor
información comunícate con nosotros.

Guatemala octubre de 2014

M.A. Sergio Morataya
Coordinador EPS Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Respetable M.A. Morataya:

Deseándole que todas sus labores se estén desarrollando con éxito me dirijo a usted.

Por este medio le informo que Gabriela María Román Paz, con número de carné: 200924220, estudiante de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, finalizó el Ejercicio Profesional Supervisado en la Fundación Guatemalteca para Niños con Sordoceguera Alex (FUNDAL), cumpliendo con las trescientas horas (300) de práctica a partir del 5 de mayo al 18 de julio de 2014. Realizando el proyecto de comunicación "Fortalecimiento de la Identidad Visual de la Fundación Guatemalteca para Niños con Sordoceguera Alex (FUNDAL)."

Sin otro particular me suscribo de usted.

Atentamente



Diana Bonilla

Gerente de Comunicación y Desarrollo Humano



1a. Calle y Carretera Interamericana 0-20, Zona 1 de Mixco,
Lomas de Portugal, Guatemala, C.A.
PBX: (502) 2491-7878 ó 1597

www.fundal.org.gt



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

Guatemala, 27 de octubre de 2014

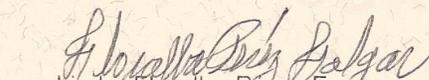
Estudiante
Gabriela María Román Paz
Carné. **200924220**
Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

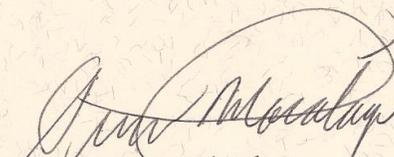
Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final del Proyecto de EPS con título: **“Fortalecimiento de la Identidad Visual de la Fundación Guatemalteca para Niños con Sordoceguera Alex (FUNDAL)”**

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”


Licda. Floralba Pérez Forger
Supervisora de EPS




Vo. Bo. M.Sc. Sergio Morataya
Coordinador EPS Licenciatura

www.comunicacionusac.com.gt

Edificio Bienestar Estudiantil, Ciudad Universitaria, zona 12 • Teléfonos (502) 476-9926, (502) 443-9500 extensión 1478

Para efectos legales, únicamente el (la) autor (a)
es responsable del contenido de este trabajo

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

A mi Padre: JH. Por poner en mi mente este conocimiento precioso de la gracia.

A mis padres

Elvia y Freddy: Porque este logro no solo es mío, también es de ustedes. Reciban sin límites por todo ese apoyo y amor.

A mis hermanos: Las metas que se tracen se pueden alcanzar, solo es de perseverar, no lo olviden, perseverar.

A la niña Yuly

y la niña Rosita: Gracias por estar allí siempre. Jamás saldrán de mi corazón.

A Gustavo G.: Por hacer de estos seis años de universidad la más grande y hermosa aventura de mi vida. Te amo.

A mis compañeras

Moni y Denise: No hubiese sido lo mismo sin ustedes. Jamás cambien

A Jairo Alarcón,

Tito Velásquez y

Victor Hugo Majus:

Gracias por las horas de enseñanza-aprendizaje, conocimientos, amistad y viajes de ida a la historia y de vuelta a la realidad. Sin duda los mejores docentes que pude tener.

A la ECC-USAC:

Por haberme formado como profesional en mi vida y permitirme lograr mis metas. Orgullosa de egresar de mi Tricentenario Universidad.

A FUNDAL:

Gracias por permitirme ser parte de su visión, y por recordarme que cada momento pequeño es el que cuenta.

RESUMEN

El fortalecimiento de la identidad visual de la Fundación Guatemalteca para Niños con Sordoceguera Alex (FUNDAL) fue proyecto de la epesista Gabriela Román. Se analizó la situación de la identidad visual y luego se realizaron sugerencias para su reestructuración y su fortalecimiento.

La primera etapa se basó en la estipulación de un slogan claro y breve, para luego dar a conocerlo a los públicos internos y externos de la institución.

Luego se realizaron cambios al exterior del edificio colocando tres vallas, un rótulo pvc en la entrada y realizando un mural en la pared perimetral del edificio de la institución. Este último se dio a conocer por medios de comunicación y se tituló “Despierta tus Sentidos” en honor a la labor que realiza la institución.

Por último se realizó una capacitación, en base a los cambios realizados, para presentarla a los colaboradores de FUNDAL, incluyendo los centros educativos de Huhuetenango y Quetzaltenango, con el fin de fortalecer la identidad visual dentro del personal de la institución.

Esta reestructuración de imagen y su fortalecimiento traerá muchos beneficios a FUNDAL tanto dentro como fuera de la institución, pues al tener cimentada una buena identidad visual, será más fácil pregonar las funciones, beneficios y trayecto de la misma.

Índice

Capítulo I Diagnóstico de Comunicación FUNDAL

Presentación

1.1. Objetivos	7
1.2. La Institución	8
1.2.1 Historia	8
1.2.2 Misión y visión	9
1.2.3 Organigrama	10
1.3. FODA	11
1.4. Metodología	12
1.4.1 Descripción del Método	12
1.4.2 Instrumentos	12
1.4.3 Cronograma	13
1.5. Recopilación de Datos	14
1.5.1 Fichas de Entrevistas	14
1.5.2 Resultados de Entrevistas	15
1.5.3 Tablas comparativas	17
1.5.4 Gráficas e interpretaciones del resultado de encuestas	21
1.5.5 Fichas de Observación	27
1.6. Radiografía de la Institución	30
1.6.1 Comunicación Interna	30
1.6.1.1 Infraestructura y Canales de Comunicación	30
1.6.2 Comunicación Externa	33
1.6.2.1 POA	35
1.6.2.2 Estrategia de Comunicación	43
1.6.2.3 Presupuesto de Comunicación	43

Capítulo II Plan de Comunicación FUNDAL

Presentación.....	46
2.1 Antecedentes	47
2.2 Radiografía.....	49
2.3 Objetivos.....	50
2.4 Público objetivo.....	50
2.5 Mensaje.....	51
2.6 Estrategia.....	51
2.7 Los Planes de Comunicación.....	51
2.8 Cronograma.....	60
2.9 Presupuesto.....	61

2.10 Control y Seguimiento.....	62
Capítulo III Control y Seguimiento	
Presentación	
3.1 Ficha de Evaluación.....	67
3.2 Fichas de Control y Seguimiento.....	68
3.3 Informe Descriptivo de Implementación de la Estrategia.....	74
Capítulo IV Evaluación Plan de Comunicación FUNDAL	
4.1 Control, Seguimiento y Evaluación.....	97
Conclusiones.....	103
Recomendaciones.....	104
A la Escuela de Ciencias de la Comunicación	104
A la Fundación Guatemalteca para Niños con Sordoceguera Alex.....	105
Bibliografía.....	106
Electrografía.....	106
Anexos.....	107

Introducción

Gabriela Román licenciada en Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala, realizó su Ejercicio Profesional Supervisado –EPS- en la Fundación Guatemalteca para Niños con Sordoceguera Alex –FUNDAL- en un período de 6 meses comprendido del mes de enero al mes de febrero del año 2014.

La primera fase consistió en realizar un diagnóstico de comunicación interna y externa de la institución. Se logró recabar la información necesaria y apta para la investigación, a través de encuestas realizadas a los colaboradores y voluntarios. Así mismo se entrevistó a las gerentes generales y de comunicación para poder extraer información sobre el manejo de comunicación y comparar los resultados. Y así también, poder compararla con la observación de la epesista en curso.

Se realizó el plan correspondiente en base a las necesidades comunicacionales detectadas dentro y fuera de la institución, dentro de cuatro áreas de comunicación: Corporativa, Interna, Externa y Relaciones Públicas. Procediendo a realizar una acción del plan, pues realizarlo en su totalidad requería de mayor tiempo.

La estrategia a realizar por la epesista en curso fue la siguiente: Resaltar la imagen de FUNDAL a través del fortalecimiento de su identidad visual. Dicha estrategia forma parte de la Comunicación Corporativa del plan. Cuenta con cinco acciones, las cuales fueron exitosamente culminadas y aprobadas por la Gerente de Comunicación Diana Bonilla.

La estrategia fue sometida a un proceso de control y de evaluación para verificar que fuese implementada con éxito. La acción número 3 dentro de la estrategia fue modificada pues se tenía contemplado colocar una valla, pero por cuestiones de presupuesto se realizó un mural que identificara el edificio.

De forma satisfactoria se culmina este EPS, teniendo solamente como obstáculos el presupuesto asignado, la dilación del slogan y algunas divergencias entre la Gerente General y de Comunicación en temas específicos de comunicación.

Capítulo I

Diagnóstico de Comunicación

FUNDAL

- 1. Presentación**
 - 1.1 Objetivos**
 - 1.2 La institución**
 - 1.3 FODA**
 - 1.4 Metodología**
 - 1.5 Recopilación de datos**
 - 1.6 Radiografía**

Presentación

Según Mercedes Charles en su documento “Diagnóstico de Comunicación: Gestor del Cambio” (1991: 1), un diagnóstico de comunicación sirve como herramienta de apoyo para implementar procesos de cambio o generarlos dentro y/o fuera de las organizaciones. Es por esa razón que se presenta el siguiente informe, el cual muestra un diagnóstico de comunicación realizado en la Fundación Guatemalteca para Niños con Sordoceguera Alex (FUNDAL).

Dicho diagnóstico fue realizado para analizar la comunicación interna y externa de la organización, con el fin de conocer el estado actual de los flujos informativos y corregir las fallas que se detectaron implementando un plan comunicacional correctivo, que genere esos cambios, para la mejora de la comunicación dentro y fuera de la institución.

Dentro de este informe se encuentra la radiografía de la institución, en la que se detalla cual es el estado actual de FUNDAL con respecto de la comunicación interna y externa. Se presentan, también, los datos estadísticos y sus respectivos análisis, utilizados para la elaboración de dicha radiografía y de esa forma sea información objetiva y comprobable.

Esperando que este diagnóstico sea una herramienta efectiva para la elaboración de un plan de comunicación tangible y funcional, para que de ese modo FUNDAL se encuentre en un desarrollo constante y positivo, tanto para los trabajadores, colaboradores y voluntarios, como también para las personas que gozan de sus servicios.

1.1. Objetivos

1.1.1 Objetivo General

- Analizar la comunicación interna y externa de la Fundación Guatemalteca para Niños con Sordoceguera Alex (FUNDAL).

1.1.2 Objetivos Específicos

- Entrevistar a la Directora de FUNDAL con respecto a la comunicación interna y externa de la organización para describir los aspectos positivos y negativos.
- Encuestar a trabajadores, colaboradores y voluntarios de FUNDAL con respecto a la comunicación interna y externa de la organización y así conseguir la visión que tienen de la imagen de la institución.
- Analizar los datos obtenidos de las entrevistas y encuestas para compararlos y constatar los aspectos positivos y negativos de la comunicación interna y externa de FUNDAL.
- Identificar los aspectos comunicacionales más débiles dentro y fuera de FUNDAL para poder proponer un plan de comunicación que fortalezca dichos aspectos.

1.2. La Institución (FUNDAL)

1.2.1. Historia

A mediados de 1996 la familia Bonilla Sinibaldi conoce y adopta a Alex, un niño de 4 años que no veía, no oía y tampoco hablaba; era un niño con sordoceguera. Sus padres buscaron la ayuda de médicos especialistas, pero su pérdida visual y auditiva no era recuperable por el Síndrome de Rubéola Congénita. Lo más difícil era no poder comunicarse con él, por lo que se dieron a la tarea de informarse e investigar cómo educarlo. En Guatemala la sordoceguera era desconocida. En su búsqueda supieron de Perkins School for the Blind en Massachussets y su Programa Hilton Perkins que apoya proyectos educativos para niños con sordoceguera.

Los contactaron y su respuesta fue generosa. Esto sirvió para que pudieran ponerse en comunicación con otros padres para poner en práctica todo lo aprendido. Al ver que esto le proporcionaba bienestar no sólo a su hijo sino a toda la familia, consideraron que era necesario compartir con otros padres lo que ellos habían recibido. Así, en diciembre de 1997 con un grupo de amigos, colaboradores y con el apoyo profesional del programa Hilton Perkins, constituyeron legalmente La Fundación Guatemalteca para Niños con Sordoceguera Alex (FUNDAL) y su primer Centro Educativo improvisado en una bodega familiar para la atención de sus primeros alumnos.

FUNDAL abrió sus puertas en enero de 1998 y en la actualidad cuenta con un equipo de trabajo que brinda servicios a 190 familias.

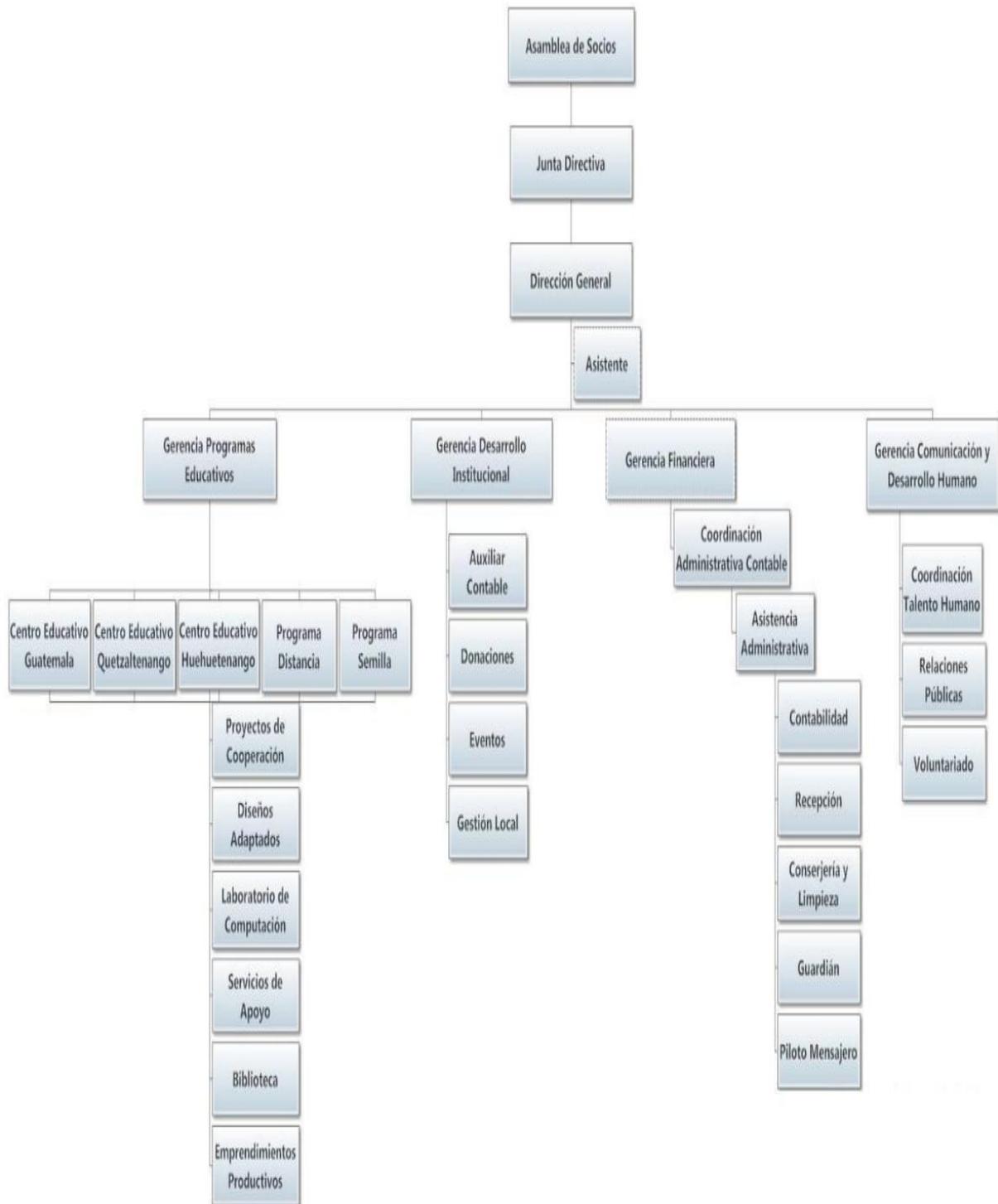
Gracias a la colaboración de muchas personas, entidades y organizaciones se ha logrado la apertura de 3 sedes, una ubicada en la 1ª. Calle 0 – 20, Zona 1 de Mixco, Lomas de Portugal, Carretera Interamericana, Ciudad de Guatemala, la segunda ubicada en 22 Ave. 10 – 51 Zona 3, Quetzaltenango y la tercera ubicada en la 14 Av. 7 – 56 Zona 5, Colonia Las Flores, Huehuetenango.

Se ha logrado así mismo apoyar a otras instituciones y familias que se dedican a la atención de personas con discapacidad a través de su Programa a Distancia; y la capacitación y concientización de docentes del sector público, estudiantes de carreras afines, empresarios y público en general, por medio del Programa semilla y del Departamento de Desarrollo Institucional. (<http://www.fundal.org.gt>)

1.2.2. Misión y Visión

- Visión
“Potencializar los talentos de las personas con Sordoceguera y Retos Múltiples para que sus vidas sigan inspirándonos y juntos construir un futuro libre de exclusión y lleno de oportunidades”.
- Misión
“Somos un equipo dinámico y comprometido, dedicado a desarrollar al máximo el potencial de las personas con sordoceguera y retos múltiples, por medio de educación y formación para la vida, trabajando con amor y respeto, para que ocupen el puesto que por derecho les corresponde como miembros dignos de la sociedad”. (<http://www.fundal.org.gt/visioacuten-y-misioacuten.html>)

1.2.3. Organigrama



1.3. FODA

FODA DE GUATEMALA – ENCUENTRO PERÚ (Nov 2008)

FUNDAL es la primera y única institución creada en Guatemala para brindar programas educativos para alumnos con sordoceguera y discapacidad múltiple.

En la actualidad cuenta con:

3 sedes: Ciudad de Guatemala, Quetzaltenango y Huehuetenango.

6 programas de apoyo en: Sacatepéquez (Obras Sociales del Hermano Pedro), Escuintla (Centro Social de Iztapa) Sololá, (San Lucas Tolimán) y en Guatemala (Aldea los Achiotes – San José del Golfo y Hogar Marina Guirola).

FORTALEZAS

La sociedad ya está sensibilizada ante la existencia de la ceguera y la sordera.

A nivel de educación especial y en algunos servicios de salud en la capital existe conocimiento sobre la sordoceguera.

Existe un programa educativo para la atención de alumnos con sordoceguera y retos múltiples.

Guatemala es un país signatario de los diferentes acuerdos internacionales (Salamanca, Inclusión para Todos, UNESCO)

OPORTUNIDADES

Abrir estudios superiores en el tema de discapacidad sensorial, sordoceguera y retos múltiples.

Lanzar iniciativa de ley, para el reconocimiento de la sordoceguera como discapacidad específica para obtener el respeto de los derechos humanos y civiles de este conglomerado.

Iniciativa para el 2009 del Ministerio de Educación para transformar las escuelas regulares en escuelas inclusivas.

Aumentar las oportunidades de capacitación en el área de educación para alumnos con SC.

DEBILIDADES

No se ha reconocido la sordoceguera como una discapacidad específica.

No existen políticas de gobierno para este conglomerado.

No hay apertura por parte del Ministerio de Educación ante esta discapacidad.

No se reconocen sus derechos humanos y civiles.

Las escuelas inclusivas no están preparadas para recibirlos.

Falta de concientización del gremio magisterial para recibir a esta población.

Falta de capacitación del gremio magisterial del área de educación especial para atender esta población.

AMENAZAS

Guatemala es un país en vías de desarrollo, lo que se traduce en: limitado acceso a servicios de salud y educación, ignorancia, carencia en programas de salud y prevención en discapacidad, niños trabajadores, menor esperanza de vida, ingresos per cápita sumamente bajos.

Aumento de nacimientos de bebés con riesgo de discapacidad.

Aumento de la violencia.

Nuestro país tiene la riqueza de ser multilingüe y multicultural, pero la divulgación de información importante no contempla estas diferencias y restringe el acceso para muchos de sus habitantes.

Crisis económica mundial.

CAPACITACIÓN INCIDENCIA POLÍTICA (Feb. 2009)

Fortalezas	Oportunidades
<p>Recurso Humano, Hay una permanencia importante del Recurso Humano.</p> <p>Existe un importante compromiso de padres y familiares.</p> <p>Empoderamiento del Equipo Humano.</p> <p>Respaldo Internacional de organizaciones alidadas.</p> <p>Centro de Capacitación.</p> <p>La transparencia de la organización.</p> <p>La Asesoría de Sense Internacional (LA)</p>	<p>Reconocimiento de la Sordoceguera como discapacidad única – Ampliación de cobertura.</p> <p>Creación de una política nacional de discapacidad.</p> <p>Brindar (vender) asesorías y capacitaciones.</p> <p>Mejorar la sostenibilidad financiera y humana.</p> <p>Darnos a conocer nacionalmente.</p> <p>Convención ONU, derechos Humanos y Personas con Discapacidad.</p> <p>Desarrollar una estrategia de Incidencia Política – alianzas con otras.</p> <p>Organizaciones con fines similares.</p>
Debilidades	Amenazas
<p>Inaccesibilidad de nuestra sede central.</p> <p>La sordoceguera es una discapacidad poco conocida en Guatemala, al igual que Fundal.</p> <p>Equipo de trabajo reducido.</p> <p>Desconocimiento de las políticas del país</p> <p>Sostenibilidad financiera.</p> <p>Inexistencia de datos específicos confiables.</p>	<p>Cambios de Gobierno, crisis financiera (apoyo internacional).</p> <p>Escuelas Incluyentes.</p> <p>Analfabetismo.</p> <p>Diversidad de Idiomas y culturas.</p> <p>Bajo nivel de sensibilización ante la discapacidad.</p>

1.4. Metodología

1.4.1 Descripción del Método

Se utilizó el método deductivo, pues se realizaron encuestas a los trabajadores, voluntarios y colaboradores de FUNDAL para generalizar y difundir los datos obtenidos. *(Piloña Ortiz, Gabriel Alfredo. Métodos y Técnicas. Guatemala, 2010. P. 15)*

Tipo de Investigación

- **a) Descriptiva:** Pues se describen los resultados obtenidos, tanto positivos como negativos de las entrevistas a la directora general y a la directora de comunicación y la encuesta a los trabajadores, colaboradores y voluntarios de FUNDAL.
- **b) Analítica:** Se analizaron y se contrastaron los aspectos más relevantes positivos y negativos respecto a la comunicación interna y externa de FUNDAL.

1.4.2 Técnicas e instrumentos

a) Encuesta: estudio en el cual el investigador busca recaudar datos por medio de un cuestionario pre diseñado, los datos se obtienen a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra de estudio. *(Piloña, Métodos y Técnicas. P.81)* Formato de 9 preguntas divididas por factores interno y externo. (Ver anexo Pág.41)

b) Entrevista Dirigida: entrevista que se realiza cuando se tiene una guía estructura y puede contener preguntas abiertas o cerradas. *(Piloña, Métodos y Técnicas. P.79)* Formato de 9 preguntas abiertas como guía para entrevistar a la directora general y de comunicación. (Ver Pág.12)

c) Ficha de observación: documento en donde se anotan los datos observados por el investigador. Las fichas deben estar bien organizadas y registrar la fecha en que el

investigador realizó la observación. (*Piloña, Métodos y Técnicas. P. 87*) (Ver anexo Págs. 23-25)

1.4.3 Cronograma

El siguiente cronograma presenta las actividades y fechas que la investigadora utilizó para realizar el diagnóstico de comunicación de FUNDAL. Dichas fechas comprenden del año 2014.

Actividad	Inicia	Concluye
Entrega de carta de solicitud.	28 de enero	28 de enero
Reunión con la Directora de FUNDAL y solicitud de carta de aceptación.	31 de enero	31 de enero
Observación de formas de comunicación internas y externas.	10 de febrero	14 de febrero
Entrevista con la directora general.	24 de febrero	24 de febrero
Entrevista con la directora de comunicación.	18 de febrero	18 de febrero
Encuestar a trabajadores, voluntarios y colaboradores.	19 de febrero	20 de febrero
Análisis de datos de observación, entrevistas y encuesta.	21 de febrero	24 de febrero
Realización de radiografía de FUNDAL.	25 de febrero	25 de febrero
Realización del informa final del diagnóstico.	26 de febrero	28 de febrero
Entrega del diagnóstico.	3 de marzo	3 de marzo.

1.5. Recopilación de datos



1.5.1. Ficha de las entrevistas

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



Nombre:

Cargo que desempeña en la institución:

I 1. ¿De qué manera da a conocer la información al personal de FUNDAL?

I 2. ¿La comunicación de FUNDAL se da de forma jerárquica?

I 3. ¿Cuál es el sistema de comunicación interna que más se utiliza en la institución y por qué?

I 4. ¿Se realizan reuniones informativas para el personal de FUNDAL? Si su respuesta es sí ¿Con qué frecuencia?

I 5. ¿De qué maneras se comunican con los centros de estudio departamentales y con qué frecuencia?

I 6. ¿Se toman en cuenta las opiniones y sugerencias del personal de FUNDAL? Si la respuesta es sí ¿De qué manera?

E 7. ¿Se ha realizado anteriormente publicidad para FUNDAL? De ser así, ¿podría describir en qué medios de comunicación y cuál es el mensaje que se ha emitido?

E 8. ¿Se han realizado cambios en la imagen de FUNDAL (logo, slogan y/o colores institucionales) desde su fundación? De ser así ¿cuántas veces y con qué frecuencia se han realizado?

E 9. ¿Qué aspecto comunicacional piensa usted que debe reforzarse en FUNDAL?

1.5.2. Resultados de las entrevistas

Aspectos positivos

- la comunicación interna, como menciona Diana Bonilla Directora de Comunicación, en su mayoría se realiza de forma personal, lo que da respuestas positivas dentro de la organización y los colaboradores de la misma. (Entrevista realizada el día 18 de febrero del 2014, anexo pág. 61) Se utiliza también el correo electrónico como forma inmediata de comunicación entre departamentos y centros de estudio departamentales; *“Es importante como para dejar algo por escrito.”(entrevista, 18-2-014)*. El servicio interactivo Skype también es una forma de comunicación dentro de FUNDAL, es un medio cómodo y gratuito que ayuda a establecer una comunicación rápida con los centros educativos departamentales.
- FUNDAL realiza reuniones constantes para brindar la información necesaria. Además, se tiene la costumbre de reunirse con el personal cada viernes de la semana para tocar temas de interés e integrar a todo el equipo de trabajo a un ambiente agradable y motivador. *“Estas reuniones las estamos realizando los viernes de 12 a 1 PM. Tiene varias secciones, una es informativa, de alguna actividad importante, la otra es formativa donde vamos a recibir una capacitación breve de algo y la otra es recreativa en donde estamos divididos por grupos y cada uno hace una dinámica con todos que permita que tengamos un momento de relax”.* (Entrevista realizada el 24 de febrero del 2014, anexo pág. 59)
- FUNDAL mantiene una actitud abierta para aceptar opiniones y críticas constructivas, siempre y cuando sean para beneficio de la organización y para las y los estudiantes que son parte de ella.
- FUNDAL posee antecedentes de publicidad en medios masivos de comunicación, lo cual ha proporcionado beneficios para la institución.

- El logotipo de FUNDAL está establecido y debidamente registrado.

Aspectos negativos

- Como lo expresa la Directora General, al utilizar el correo electrónico como medio de comunicación interno principal se corre el riesgo de que la información tarde un poco en ser percibida y por tanto la respuesta será tardía (Entrevista, 24-2-014), lo que puede causar disconformidad entre empleados y afectar el trabajo que se realiza en la organización.
- Al no tener una comunicación personal con los centros educativos regionales, se corre el riesgo de que al momento que falle la vía electrónica, la información importante no llegue a tiempo o sea distorsionada.
- Aun cuando se posee un buzón de sugerencias para tomar en cuenta las opiniones de las personas, es el único método que poseen para recopilarlas. Esto puede representar un problema, ya que al momento de recopilar la información del buzón, puede que se realice de forma tardía o la información escrita pueda no ser legible o entendible y de esa forma no sería posible llegar a un consenso de la crítica u opinión.
- Uno de los mayores problemas es el constante cambio que FUNDAL ha tratado con su imagen institucional. A pesar de que el logo ya ha sido establecido, su slogan y colores utilizados han cambiado de forma constante, lo cual no permite que el grupo objetivo de FUNDAL se identifique con la institución. Esto causa problemas al momento de realizar comunicación externa, pues las personas no reconocen a FUNDAL como centro educativo para personas con sordoceguera y discapacidades múltiples.

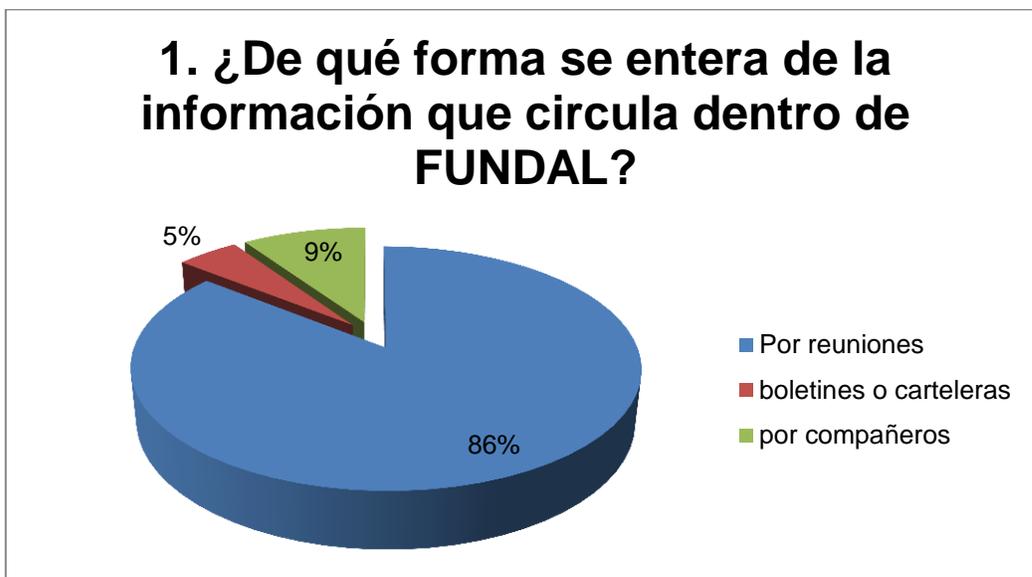
1.5.3 Tablas comparativas

Factor	Directora General	Directora de Comunicación
Interno	<p>Menciona que las formas de comunicar información al personal son el correo electrónico, de forma personal con encargados de departamentos, Skype, reuniones y carteleras. Pero estas dos últimas las asocia con dos tipos de información, la primera es para información relevante y la segunda para información no relevante.</p> <p>Ella contesta que la forma de comunicación interna que más se utiliza en FUNDAL es el correo electrónico.</p>	<p>Menciona que los medios de comunicación internos son la comunicación cara a cara, que es la que más se disfruta; el correo electrónico, utilizado para información específica; y por último menciona Skype para comunicarse con sedes regionales y realizar videoconferencias que requieren de inversión monetaria con la que no se cuenta.</p> <p>También menciona que la vía de comunicación interna más utilizada es el correo electrónico.</p>
Interno	<p>La comunicación se realiza de manera jerárquica descendente únicamente cuando se nota que el personal no cumple debidamente con su trabajo; se realiza para que sea respetada la autoridad.</p>	<p>La comunicación no necesariamente se realiza de forma jerárquica, pero cada decisión que se toma debe ser presentada a gerencia como primera instancia, para que esta esté enterada y luego circula para el lugar que necesita esa información.</p> <p>Cuando son situaciones específicas, no es necesario comunicarlo a gerencia y solo se proporciona la información para el departamento que brindará el apoyo.</p>
Interno	<p>Menciona que las opiniones y críticas son tomadas en cuenta siempre y cuando sea para beneficio de los niños y niñas y la organización en general. Cuando no se tocan estos temas en las opiniones, no se realiza ningún cambio.</p> <p>Menciona que son abiertos a las opiniones.</p>	<p>Dice que FUNDAL es dinámico, por lo mismo son abiertos a opiniones y sugerencias. Estas, a la hora de efectuarse toman un proceso de implementación, como un periodo de prueba.</p>

<p>Externo</p>	<p>El proceso de publicidad, según la directora, inicio a base de notas informativas en revistas, radio y televisión, luego esta comunicación fue pagada solo cuando se tenía un fin común con las instituciones internacionales y FUNDAL.</p>	<p>Ella menciona que iniciaron con una conferencia de prensa, luego realizaron volantes y un evento masivo de la rifa de un vehículo que permitió darlos a conocer.</p>
<p>Externo</p>	<p>Con respecto a los cambios de imagen institucional de FUNDAL, ella menciona que los colores y el logo es lo que ha ido cambiando, pero los colores y logo actuales son los que ya están estipulados para representar FUNDAL.</p>	<p>Ella aborda el nombre de Alex utilizado como un acróstico como primera imagen de FUNDAL. Luego toca el tema del logo y su evolución, de unas manos a una carita sin ojos y la mejora de la carita, pues era parecida a otras. Toca el tema del slogan, el cual también ha sido cambiado varias veces sin llegar aun a un consenso para establecerlo.</p>
<p>Externo</p>	<p>Ella cree que lo que se debe reforzar en FUNDAL es la imagen externa, no solo de la sede central, también las sedes de Xela Y Huehuetenango. El establecer un slogan que los represente como institución educativa para personas sordociegas también es muy importante.</p>	<p>Según la directora el aspecto a reforzar en FUNDAL es la planificación de la comunicación externa y la utilización de mensajes concretos que promocionen y publiciten sus eventos.</p>

1.5.4 Gráficas e interpretaciones del resultado de las encuestas

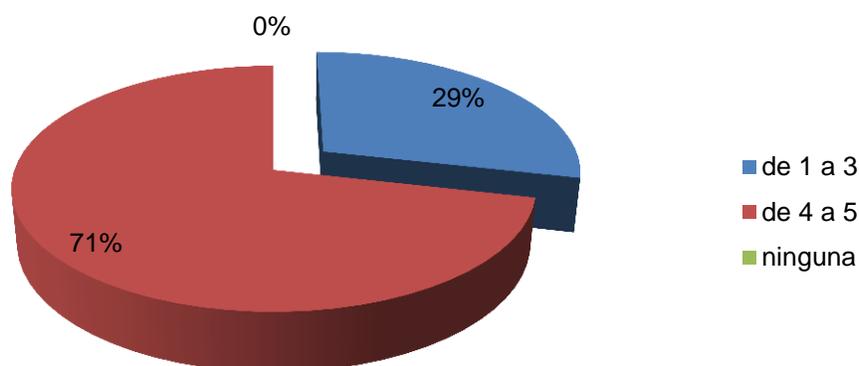
Debido a la afluencia de voluntarios y colaboradores que FUNDAL posee, se realizó la encuesta a 21 personas que debían ser trabajadores, voluntarios y/o colaboradores de la organización. Entre ellas se toman en cuenta a las personas que cumplan con las mismas cualidades de los centros educativos regionales de Quetzaltenango y Huehuetenango. A continuación se presentan los datos obtenidos de la encuesta y su análisis:



Fuente: Gabriela Román

El 86% de las personas entrevistadas manifiesta que la forma en que la información es transmitida dentro de la organización es por reuniones, de lo que se puede inferir que se realiza de forma personal.

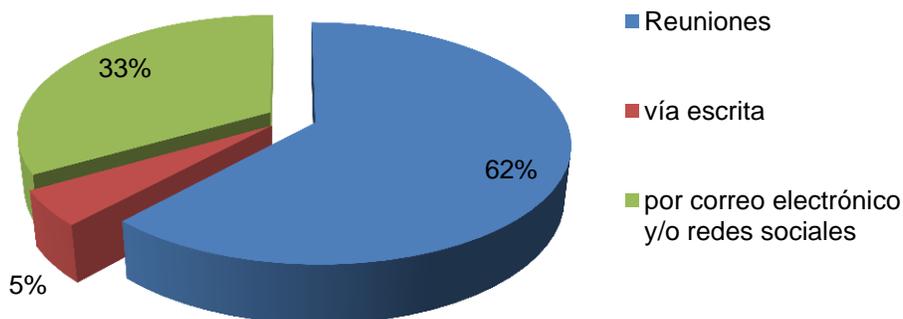
2. ¿Cuántas reuniones al mes se tienen dentro de la institución?



Fuente: Gabriela Román

Dentro de FUNDAL se realizan, según el 71% de las personas entrevistadas, de 4 a 5 reuniones al mes, mientras que el 29% dice tener de 1 a 3 reuniones al mes. De lo cual se puede inferir que no todo el personal asiste a las reuniones realizadas o no se toma en cuenta a todo el personal.

3. ¿Cuál de estas formas de comunicación es la más utilizada para transmitir información dentro de la institución?



Fuente: Gabriela Román

El 62% de las personas entrevistadas concuerda en que el medio más utilizado para la transmisión de información dentro de FUNDAL son las reuniones. Un 33% afirma que es el correo electrónico y/o redes sociales. Este dato difiere de las entrevistas

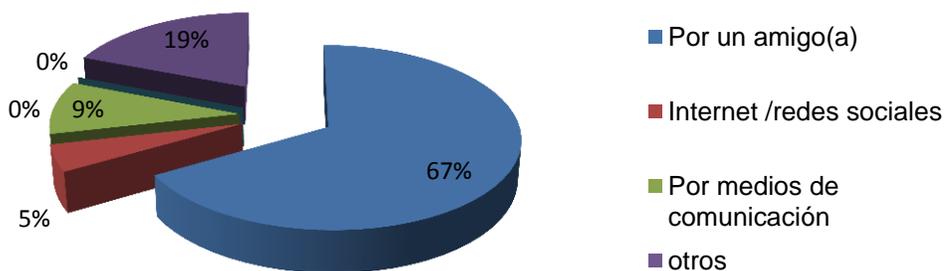
realizadas a la Directora General y a la Directora de Comunicación, quienes afirman que el correo electrónico es el más utilizado. (Ver anexos págs.41-46)



Fuente: Gabriela Román

El 24% de las personas entrevistadas afirman sentirse a gusto con la comunicación interna de FUNDAL. Un 24% manifiesta que no siempre se siente a gusto con la forma de comunicación dentro de FUNDAL, lo que puede indicar que existe un problema menor con respecto de la comunicación interna.

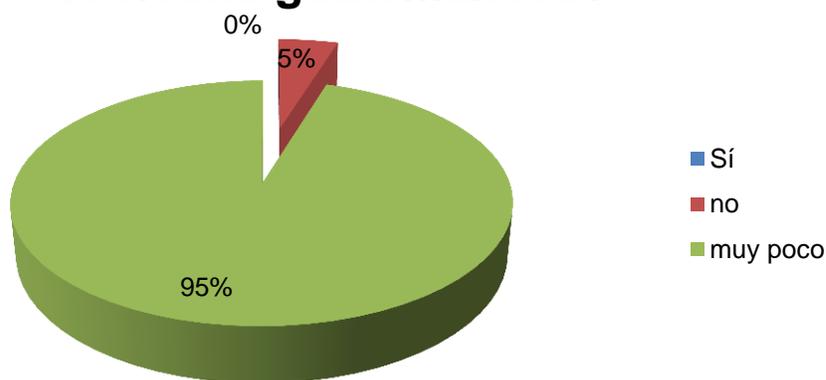
5. ¿Cómo se enteró de FUNDAL?



Fuente: Gabriela Román

Un 67% de las personas encuestadas afirman haberse enterado de FUNDAL por medio de un amigo(a). Un 19% se enteró de FUNDAL por otros medios, un 9% por medios masivos de comunicación y un 5% por internet y/o redes sociales. Con esto se puede inferir que FUNDAL es conocido de forma escasa y la forma más común de darse a conocer es de boca en boca.

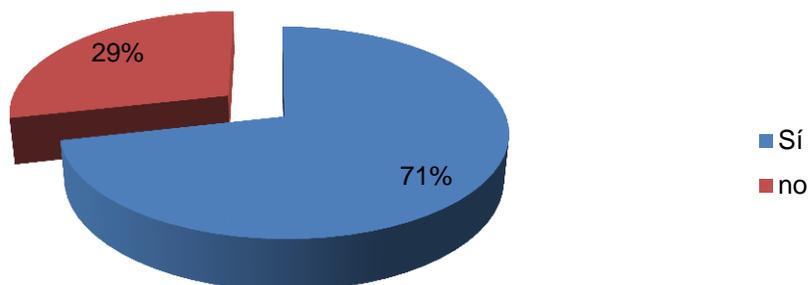
6. ¿Piensa que la imagen de FUNDAL es conocida por la sociedad guatemalteca?



Fuente: Gabriela Román

El 95% de las personas entrevistadas afirma que la imagen de FUNDAL tiene muy poco reconocimiento por la sociedad guatemalteca. Un 5% afirma que no es conocida por las y los guatemaltecos. Esto se puede reafirmar con la gráfica no 5.

7. ¿Sabe cuál es el slogan de FUNDAL?



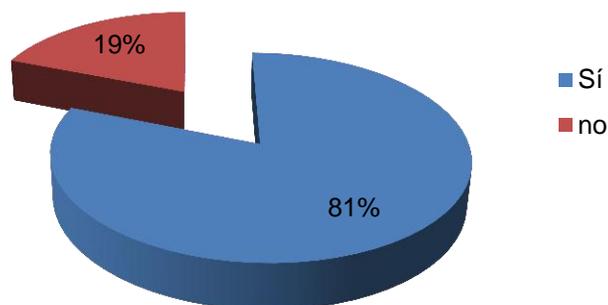
Fuente: Gabriela Román

El 71% de las personas afirman conocer el slogan de FUNDAL. Un 29% niegan conocerlo. A las personas que afirmaron conocerlo se les solicitó escribirlo. A continuación aparecen los slogans escritos y la cantidad de personas que escribieron el mismo:

1. "Tu apoyo nos hace sonreír." Escrito por 3 personas.
2. "Carita con una sonrisa." Escrito por 2 personas.
3. "No vemos ni oímos, pero sonreímos y aprendemos." Escrito por 1 persona.
4. "No vemos ni oímos, pero sentimos y aprendemos." Escrito por 4 personas.
5. "Su apoyo nos hace sonreír." Escrito por 1 persona.
6. "No vemos no oímos, pero sentimos." Escrito por 1 persona.
7. "No vemos ni escuchamos, pero sentimos y aprendemos." Escrito por 1 persona.

Con los datos descritos anteriormente, se puede rechazar la afirmación del 71% de las personas que afirmaban conocer el slogan de FUNDAL.

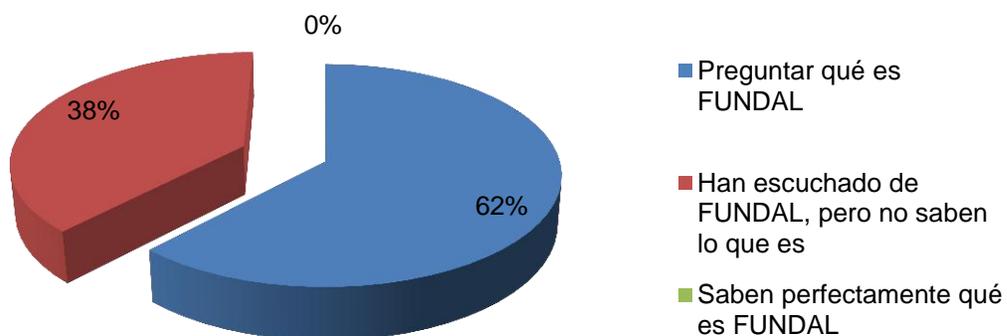
8. ¿Piensa que los colores que representan a FUNDAL están acorde con la función de la institución?



Fuente: Gabriela Román

La mayoría de personas encuestadas concuerdan en que los colores actuales de FUNDAL si representan su función, constituyendo un 81%. Un 19% no se encuentra de acuerdo en que estos colores representen a FUNDAL y su función. Con esto se infiere que la mayoría de trabajadores, voluntarios y colaboradores se encuentran identificados con los colores que maneja FUNDAL actualmente.

9. Cuando comenta de FUNDAL a otras personas, la reacción de ella es:



Fuente: Gabriela Román

Un consenso del 62% respondió que al comentar sobre FUNDAL, las personas no saben lo que es. Un 38% dicen que al comentar sobre FUNDAL las personas afirman

haberlo escuchado, pero no saben a qué se dedican. Con lo que se puede inferir que FUNDAL no cuenta con una comunicación externa efectiva.

1.5.5 Fichas de observación

Guatemala 10 de febrero del 2014

FUNDAL

Día 1

Todas las instalaciones están debidamente señalizadas. Poseen el logo y colores actuales de FUNDAL.

Mantienen un código de ética que se da a conocer de forma escrita, a manera de cartelera por las instalaciones. De la misma forma, la misión y visión es anunciada constantemente en las instalaciones.

A cada colaborador dan una imagen positiva; cada salón que es financiado por un donante es señalado con una placa.

Las maestras y trabajadores mantienen una actitud positiva y animada, colaboran mucho entre si y tratan de apoyarse.

Las rutas de evacuación están señalizadas con flechas de papel color verde.

Cuentan con una cartelera llamada NotiFundal. En ella colocan las noticias que FUNDAL tiene en los medios de comunicación y también los cumpleaños del mes, tomando en cuenta también a trabajadores de las sedes departamentales.

Cuentan con una biblioteca en la que se pueden encontrar libros y revistas. Publinews dona ediciones en escritura braille a FUNDAL.

Hay talleres de panadería y manualidades. Cada actividad realizada es un producto que puede venderse para generar fondos, para ello identifican el producto y lo dan a conocer en redes sociales y la página web.

FUNDAL maneja un programa llamado “Trazos de Luz”, son trazos que los estudiantes realizan y pintores voluntarios los interpretan. Cada cuadro es vendido por Q.2,000.00 o Q.1,500.00. De la misma colección de cuadros se realiza un calendario con un valor de Q.50.00. Se promocionan en la página web y redes sociales, pero no se promueven lo suficiente.

Guatemala 11 de febrero del 2014

FUNDAL

Día 2.

La comunicación interna es combinada, comunicación personal con medios alternativos. Cuando se necesita información instantánea se utiliza el teléfono y el correo electrónico.

Se comunican con los otros centros educativos a través de Skype, ya que esta es una forma muy rápida, eficaz y económica de comunicarse con ellos debido a la distancia.

Varias radios proporcionan espacio en vivo para que se promocionen los eventos de FUNDAL. Esto es a cargo de la Directora de Comunicación y el encargado de RRPP. El profesor Carlos Romero es el encargado del programa Semilla. Él viaja a todas las comunidades que no puedan asistir a algún centro FUNDAL y proporciona la educación de esa forma. Se comunica a través de Skype y correo electrónico, una vez a la semana tienen contacto personal con él.

FUNDAL maneja proyectos muy buenos y son prometedores, pero no los promocionan de manera masiva. Posee cuentas de Facebook y Twitter pero sus seguidores son escasos.

Por dentro el edificio está muy bien identificado con la imagen de FUNDAL, pero por fuera no posee un rótulo que identifique que ese es su edificio. No está señalizado, por lo que las personas no tienen muy claro cómo llegar a FUNDAL, ni lo que es o a lo que se dedica.

El edificio cuenta con 2 vallas exteriores que son utilizadas para publicidad de FUNDAL, pero utilizan mucho texto y el logo que utilizan es muy pequeño, aparte las vallas son de tamaño pequeño, por lo que no se parecía bien el mensaje.

Guatemala 12 de febrero del 2014

FUNDAL

Día 3

FUNDAL cuenta con una página web (www.fundal.org.gt). Está muy bien diseñada y su actualización es constante. Pero no es visitada frecuentemente, aunque los contadores indican que la página web es más visitada que las redes sociales, pues 19 de enero al 18 de febrero se registraron 2,292 visitas a la página y 542 visitas en Facebook. *(Fuente: datos proporcionados por la encargada de Talento Humano Gladis Merlos).*

Existe un canal del sitio web YouTube llamado FundalGuatemala, en donde se han publicado videos que apoyan la imagen de FUNDAL, así como la campaña publicitaria llamada “Los embajadores de la sordoceguera” divulgada en televisión nacional.

1.6. Radiografía de la Institución

1.6.1. Descripción de la Comunicación Interna

La comunicación interna de FUNDAL es muy bien aceptada por el personal laboral, voluntarios y colaboradores. Ellos afirman estar conformes con la información que se transmite y de la forma en que se comunica. Salvo ciertas excepciones, en las cuales la información no llega a tiempo y por lo tanto la tarea laboral es atrasada. Esto se debe, según el estudio realizado y presentado en este informe, a que muchas veces el correo electrónico no es verificado al momento que llega la información y esta se retrasa. Otra causa podría ser la falta de alguien o de algún sistema de divulgación que maneje la comunicación interna de FUNDAL.

1.6.1.1 De la infraestructura

La infraestructura de FUNDAL es excelente. Su edificio es de tres niveles con rampas especiales para ingresar a cada nivel. El área administrativa se encuentra en la planta baja, el área educativa en la media y alta. Cada planta cuenta con 4 ó 5 baños, todos debidamente señalizados tanto para personas con sordoceguera como para quienes no poseen esta discapacidad. Todo el edificio cuenta con una cinta táctil que permite que los y las estudiantes se movilicen dentro del edificio sin ser escoltados por alguien más.

Las aulas se encuentran debidamente adecuadas para el tipo de enseñanza que se imparte dentro de la institución. El mobiliario y equipo de cada una es el indicado para cada salón, pues no solo cuentan con salones de clases, sino también de terapias, de computación, salón para bebés y talleres de creación de muebles especiales, panadería y manualidades. Cada oficina, salón y baños están debidamente identificados por su nombre, tanto en letras como en escritura braille y poseen el logotipo y colores institucionales de FUNDAL. Aparte, poseen en la puerta una fotografía de la persona encargada y un objeto de ella para que los y las estudiantes puedan identificar a la persona que se encuentra a cargo de ese salón u oficina.

Poseen un jardín trasero en el cual los niños y niñas disfrutan un poco de la naturaleza y en la parte de enfrente del edificio se encuentra el área de juegos al aire libre.

Cuentan con un área de parqueo con capacidad de albergar 11 carros y cuentan con un microbús debidamente identificado con el logo y colores de FUNDAL.

Todo el edificio cuenta con señal de internet, la cual es captada por todas las computadoras de la institución por medio de WIFI. Las computadoras están en perfectas condiciones y se les proporciona mantenimiento constante. La señal de internet es rápida y fluida; tiene un buen funcionamiento, por lo que casi no falla.

1.6.1.2 Canales de Comunicación Interna

La organización cuenta con los siguientes medios internos de comunicación, presentados según el grado de uso interno de ellos:

1. **El correo electrónico.** Es el método más utilizado dentro de la organización, según la observación y entrevistas realizadas dentro de este diagnóstico. Se utiliza para solicitar o enviar información importante. El correo es de tipo institucional, por lo que proporciona una imagen más formal a la institución.
2. **El teléfono interno.** Este medio es combinado con el correo electrónico, pues por medio de él se confirma la información que se hizo llegar por el correo. Además se utiliza para contactar a la persona necesaria de forma inmediata.
3. **Comunicación personal** y reuniones. Esta comunicación es utilizada cuando el tema a tratar es muy importante para la organización. Es importante manejar este tipo de información de forma personal para evitar que el mensaje se distorsione.
4. **Skype.** Esta forma de comunicación es utilizada para comunicarse con los centros educativos regionales. Por ser de forma gratuita, eficaz, eficiente y alcanzar distancias prolongadas ahorra dinero y tiempo. Además se pueden

realizar videoconferencias a la hora de que sea necesario hacer una capacitación o reunión con el personal de los tres centros educativos.

5. **Cartelera.** Es un medio de comunicación interno que se utiliza para dar a conocer las notas informativas que FUNDAL obtiene de los medios impresos de comunicación. También es utilizado para dar a conocer a los cumpleaños del mes, tomando en cuenta al personal de Quetzaltenango y Huehuetenango. Este medio presenta información importante, pero por ser un medio que requiere de más tiempo para la apreciación de los mensajes, no es información relevante la que allí se publica.

1.6.1.3 Rumores

FUNDAL trata de evitar rumores dentro de la organización realizando reuniones informativas y de interacción. Por medio de ellas se incita a que el personal se mantenga opinando e interactuando de forma constante, evitando que cualquier tipo de rumor se inicie. De igual forma, al momento de darse esta situación, se trata de aclararlo lo más pronto posible de forma personal para evitar su desarrollo y propagación. Aunque por la forma de trabajo que maneja FUNDAL no es muy común que se den este tipo de situaciones, si existen medios para disuadirlas.

1.6.2. Comunicación Externa

La imagen institucional ha tenido varios cambios a lo largo de su trayectoria, por tal razón las personas tienden a desconocer la institución y su propósito, incluso el personal dentro de la organización confunde ciertos aspectos de imagen como el slogan. Por tal razón su publicidad es confusa, pues se trata de utilizar el slogan para poder hacer conciencia pero se combina con frases de sensibilización que se confunden con el slogan.

El mensaje en medios escritos suele ser extenso y desordenado, por lo que si se reparte un volante o bifoliar/trifoliar las personas no suelen leerlo.

Hay radios que otorgan espacios publicitarios con el fin de promocionar eventos para recaudación de fondos. En las emisiones se hace mención de la actividad y se resalta a FUNDAL como beneficiario de esta, pero se da más énfasis a la actividad que a la causa de la misma.

La institución cuenta con una campaña televisiva realizada el año 2011 con duración de dos meses de ese año (mayo – junio) fue difundida en televisión por cable nacional, incluyendo programas departamentales de Quetzaltenango y Huehuetenango (fuente: Diana Bonilla, Directora de Comunicación FUNDAL). Dicha campaña se encuentra en el canal de YouTube FundalGuatemala. El mensaje era dar a conocer la sordoceguera como discapacidad, presentar a FUNDAL como Institución Nacional encargada de velar por la educación e inclusión de personas con esta discapacidad e invitar a las personas para que fueran embajadores de la sordoceguera por medio de artistas nacionales como Gaby Moreno y Tavo Bárcenas. Su mensaje fue en un periodo corto de tiempo y la campaña no abarcó los canales nacionales, pero fue presentada en la cadena de cines Cinépolis. Esta campaña fue donada en su totalidad.

Cuentan con videos institucionales realizados por estudiantes de comunicación de la Universidad Mesoamericana y un spot televisivo premiado por UNICEF como mejor spot de sensibilización.

La mayoría de mensajes publicitarios de FUNDAL se enfocan en dar a conocer la sordoceguera y discapacidades múltiples, en invitar a ser un embajador de la sordoceguera en alguna región del país y solicitar apoyo como voluntariado, apadrinamientos y/o donaciones. Ninguna campaña se enfoca en dar a conocer a FUNDAL como institución educativa para niños y niñas con sordoceguera en sí.

El edificio por fuera no se encuentra señalizado ni identificado con el logotipo ni colores institucionales. Cuentan con dos vallas aéreas de tamaño relativamente pequeño, las cuales son utilizadas para publicar eventos, pero utilizan demasiado texto en ellas y su ubicación no es estratégica para que puedan ser apreciadas por los transeúntes. Aparte de esas vallas aéreas cuentan con dos vallas ancladas al muro externo del edificio, pero están deterioradas y su mensaje es extenso, con tipografía muy pequeña y se han decolorado.

1.6.2.1 El POA del Año

ÁREA PROGRAMÁTICA	OBJETIVOS	RESULTADOS O METAS	INDICADORES	ACTIVIDADES	RESPONSABLE
EDUCACIÓN	Planes de rehabilitación y habilitación elaborados y ejecutados por FUNDAL para niños, niñas y jóvenes con Sordoceguera y Retos	Brindar servicios educativos a niños y niñas con sordoceguera y retos múltiples	Se promociona los servicios de FUNDAL en las 3 sedes departamentales.	Promocionar los Programas Educativos de FUNDAL y sus servicios	Comunicación
			200 planes individuales elaborados	Elaborar la planificación anual y semanal por cada estudiante	Educativo C.E.
			115 estudiantes cuentan con sus adecuaciones curriculares.	Hacer adecuaciones curriculares individuales.	Educativo C.E.
			180 días regulares del ciclo lectivo.	Ejecutar las actividades curriculares (talleres, clases)	Educativo C.E.
			1 actividad extra aula por mes.	Llevar a cabo actividades extra-aulas por lo menos 1 al mes.	Educativo C.E.
			4 informes trimestrales de casa estudiantes son elaborados al año.	Evaluaciones trimestrales realizadas a los estudiantes.	Educativo C.E.
			90% de los padres de familia recibe los informes cada tres meses.	Entregar informes trimestrales sobre los avances de los estudiantes.	Educativo C.E.
			95% de los estudiantes de primer ingreso recibe 1 visita domiciliar en el año.	Realizar visitas domiciliarias.	Educativo C.E.

			Por lo menos 100 mapas de comunicación y coach son elaborados en el año.	Realizar mapas de comunicación y coach	Educativo C.E.
			200 familias reciben capacitación sobre el proceso educativo de los estudiantes de FUNDAL.	Capacitación del proceso de rehabilitación a padres de familia en beneficio del alumno y el encargado.	Educativo C.E.
			100 estudiantes tienen evaluaciones profesionales.	Evaluar los programas educativos por Profesionales (TF, TO, TL, TS, Psicológica)	Educativo C.E.
			100 planes de rehabilitación son ejecutados.	Elaborar y ejecutar el plan individual de rehabilitación.	Educativo C.E.
			50 estudiantes son referidos para atención médica.	Realizar referencias y contra referencia médicas.	Educativo C.E.
			115 expedientes son enriquecidos el historial médico.	Enriquecer del historial médico.	Educativo C.E.
EDUCACIÓN		Fortalecer el programa Técnico Vocacional de Fundal por medio de los diferentes programas para jóvenes con sordoceguera y retos múltiples.	1 perfil de ingreso es elaborado para el área técnico vocacional.	Definir el perfil de ingreso al programa vocacional.	Educativo C.E.
			1 plan piloto desarrollado para la inclusión laboral.	Desarrollar el programa vocacional para la inclusión laboral	Educativo C.E.
			1 Convenio interinstitucional entre FUNDAL y DIGEEX.	Desarrollar el programa de formación para adquirir y reforzar capacidades y habilidades en los jóvenes con Sordoceguera y retos múltiples. (Certificación DIGEEX Dirección General Extracurricular).	Educativo C.E.

			1 perfil empresarial es elaborado para promover la inclusión laboral.	Definir el perfil de las empresas para promover programas de inclusión laboral.	Educativo C.E.
			3 empresas preparadas para la inclusión laboral de jóvenes con sordoceguera y retos múltiples.	Desarrollar programas de inducción y capacitación sobre inclusión laboral a las empresas seleccionadas.	Educativo C.E.
			2 jóvenes incluidos laboralmente.	Acompañar el proceso de inclusión laboral responsable.	Educativo C.E.
			1 taller productivo en FUNDAL	Creación de talleres productivos para dar oportunidades de empleo a jóvenes con Sordoceguera y retos múltiples.	Educativo C.E.
		Reforzar los servicios complementarios de FUNDAL	40 estudiantes participan de actividades deportivas y terapias alternativas.	Implementar del de hidroterapia y terapias alternativas alianzas con entidades deportivas	Educativo C.E.
			100 adaptaciones se llevan a cabo por medio del taller de D.A. en las tres sedes.	Realizar de adaptaciones de acuerdo a las necesidades del estudiante.	Educativo C.E.
			200 personas reciben clases de lenguaje de señas en las tres sedes.	Impartir clases de lengua de señas a madre, padres, practicantes y voluntarios, maestros y oficinas administrativas.	Educativo C.E.
		Sistematizar los procesos inclusivos	10 estudiantes son nivelados en el área educativa.	Nivelar al estudiante en las aéreas educativas.	Educativo C.E.

		responsables	Las 3 sedes de FUNDAL contactan personal de las departamentales de educación para facilitar los procesos inclusivos.	Contactar a los asesores pedagógicos del MINEDUC (área de educación especial) para seleccionar la escuela.	Educativo C.E.
			Se realizan 10 visitas semanales en las escuelas regulares.	Visita a la escuela y presentación del estudiante (sensibilización a estudiantes directores y docentes)	Educativo C.E.
			10 procesos inclusivos responsables se llevan a cabo.	Llevar a cabo los procesos inclusivos responsables en las escuelas regulares.	Educativo C.E.
			Se le da seguimiento a 10 procesos inclusivos en las 3 sedes de FUNDAL.	Seguimiento al proceso inclusivo de manera responsable (adecuaciones curriculares). Formas de comunicación, lenguaje de señas y braille.	Educativo C.E.

ÁREA PROGRAMÁTICA	OBJETIVOS	RESULTADOS O METAS	INDICADORES	ACTIVIDADES	RESPONSABLE
FAMILIA	Padres y madres empoderados y capacitados vigilan la aplicación	Determinar la escuela de padres para padres y madres de familia por medio del	1 programa de capacitación.	Crear el programa de capacitación dirigido a padres de familia de FUNDAL.	Educativo C.E.

equitativa y justa en el cumplimiento de los derechos de sus hijos e hijas	programa de capacitación.	10 capacitaciones anuales relacionadas con abogacía y liderazgo.	Capacitar a los padres y madres de familia, abordando 2 temas diferentes cada mes relacionados con derechos, empoderamiento, liderazgo, etc.	Educativo C.E.
		1 evaluación semestral por cada padre y madre de familia.	Evaluar el programa de capacitación	Educativo C.E.
	Promover los derechos de las personas con discapacidad por medio de actividades de esparcimiento y difusión en medios de comunicación	3 actividades anuales para la promoción de los derechos de los niños, niñas y jóvenes con sordoceguera y retos múltiples coordinados por padres de familia.	Desarrollar actividades de divulgación, recreación, esparcimiento, culturales y de formación para promover los derechos de sus hijos e hijas.	Comunicación y Relaciones Públicas
		1 publicación en medios de comunicación para la difusión de los derechos de las personas con discapacidad.	Buscar oportunidades en medios de comunicación, para la difusión de los derechos de las personas con discapacidad para colaborar en el cambio de actitud la sociedad.	Comunicación y Relaciones Públicas
	Contribuir con los padres de familia en la construcción del proyecto de vida para sus hijos con sordoceguera y retos	El 80% de los padres de familia construye el proyecto de vida de sus hijos.	Asesorar a los padres de familia para construir el proyecto de vida de sus hijos y reforzar su compromiso por medio del apoyo profesional.	Educativo C.E.

		múltiples.	100 proyectos de vida son elaborados	Llevar a cabo talleres para que los padres de familia elaboren el proyecto de vida de sus hijos.	Educativo C.E.
--	--	------------	--------------------------------------	--	----------------

ÁREA PROGRAMÁTICA	OBJETIVOS	RESULTADOS O METAS	INDICADORES	ACTIVIDADES	RESPONSABLE
FORMACIÓN Y CONCIENTIZACIÓN	La población está informada y concientizada sobre el tema de Sordoceguera y Discapacidad Múltiple	Fortalecer el tema del abordaje de la sordoceguera y los retos múltiples por medio de capacitaciones	7 institutos Normales reciben el programa de capacitación sobre el abordaje de la sordoceguera y los retos múltiples.	Capacitar a 7 institutos Normales, entre el centro y occidente del país, con 4 capacitaciones anuales a cada grupo abarcando un total de 2,000 estudiantes en coordinación con el MINEDUC.	EducativoSemilla
			150 personas reciben talleres de capacitación sobre la sordoceguera y los retos múltiples.	Capacitar a coordinadores, asesores, supervisores, directores, y personal docente a través de una capacitación anual, abarcando un total de 150 personas.	EducativoSemilla
			6 pasantías se llevan a cabo en la sedes de FUNDAL	Brindar la oportunidad de realizar 6 pasantías en FUNDAL a instituciones Nacionales e internacionales.	EducativoSemilla
		Realizar actividades de sensibilización para alcanzar una sociedad más empática con la	200 empresas han participado de las actividades de sensibilización en las tres sedes.	Sensibilizar a 200 empresas anualmente, involucrando a las 3 sedes.	Desarrollo Institucional

		población con discapacidad.	5 eventos de recaudación de fondos son escenarios para realizar talleres de sensibilización.	Sensibilizar a 1000 personas anualmente a través de eventos de recaudación de fondos.	Desarrollo Institucional
		Dar a conocer la sordoceguera y retos múltiples sus causas y como prevenirla a la población en general.	1 actividad mensual se lleva a cabo para brindar información sobre la sordoceguera sus causas y como prevenirla.	Llevar a cabo 1 campaña y actividades informativas sobre las causas de la Sordoceguera y discapacidad múltiple en cada sede dirigida a la población de los departamentos de Guatemala, Quetzaltenango y Huehuetenango.	Comunicación
			3 jornadas informativas de prevención	Llevar a cabo una jornada de prevención anual sobre la Sordoceguera y discapacidad múltiple en cada sede.	Educativo Semilla/Distancia

ÁREA PROGRAMÁTICA	OBJETIVOS	RESULTADOS O METAS	INDICADORES	ACTIVIDADES	RESPONSABLE
INCIDENCIA POLÍTICA	Participación, apoyo y asesoramiento, en 5 mesas de trabajo interinstitucionales para el reconocimiento	Promover la incidencia política a nivel local y departamental en alianza con otras organizaciones de persona con	2 Actividades de incidencia política en Guatemala y Quetzaltenango.	Impulsar el diálogo político con organizaciones de y para personas con discapacidad en el área central y occidental del país.	Dirección General

	pleno de los derechos de las personas con discapacidad.	discapacidad.	3 actividades de concientización dirigida a las autoridades locales y gubernamentales.	Promover y Participar en actividades de concientización dirigidas a autoridades gubernamentales y locales para hacer visible el tema de SC y RM	Comunicación
		Contribuir en la promoción de los derechos de las personas con discapacidad por medio de la participación activa de las mesas de trabajo que se instalen en torno al tema.	Participación en 5 mesas de trabajo en los 3 departamentos.	Participar en las mesas de trabajo sobre incidencia política en temas de discapacidad	Educativo C.E.
			Se participa en 3 eventos anuales por sede.	Participar en actividades para promover los derechos de las personas con discapacidad.	Educativo C.E.
		Reconocer la sordoceguera como discapacidad específica dentro del marco legal.	Aprobación de la reforma de la ley 135-96.	Darle seguimiento al reconocimiento de la Sordoceguera como discapacidad única dentro del marco legal.	Dirección General
			3 actividades para la difusión del marco legal.	Difundir el marco legal relacionado con discapacidad a a población en general.	Comunicación

1.6.2.2 El Plan Estratégico que se está ejecutando

Actualmente FUNDAL no cuenta con un plan estratégico de comunicación en desarrollo. Toda actividad es planificada sin regirse a un plan anual comunicacional. Las actividades se planifican con forme van surgiendo las necesidades de promoción, patrocinio y donación para la institución.

1.6.2.3 El Plan Estratégico que se va ejecutar

El plan estratégico de comunicación a seguir es el que se elaborará a partir de este diagnóstico de comunicación.

1.6.2.4 Presupuesto de comunicación para el presente año

El presupuesto de comunicación para el año 2014 no está estipulado aun, pero será previsto en el plan de comunicación a elaborar. Se cubrirá en base a donaciones y apoyo de instituciones, colaboradores y voluntarios.

Capítulo II

Plan de Comunicación FUNDAL

2.1 Presentación

2.2 Antecedentes

2.3 Radiografía

2.4 Objetivos

2.5 Público Objetivo

2.6 Mensaje

2.7 Estrategia

2.8 Planes de Comunicación

2.9 Cronograma

2.10 Presupuesto

2.11 Control y Seguimiento

Presentación

Según el manual práctico de la pyme *“Cómo elaborar el plan de comunicación”*, la gestión de la comunicación debe ser correcta y coordinada con el resto de la organización para optimizar el funcionamiento de esta. (p.11) Para una organización como FUNDAL es muy importante que la comunicación, en todo su conjunto, sea planificada para poder realizar todas las actividades de manera coordinada y así poder alcanzar sus objetivos.

El siguiente plan de comunicación ha sido elaborado con la finalidad de mejorar la comunicación integral de FUNDAL, analizada en un diagnóstico previo. Lo que quiere decir que la comunicación a reformar en dicho plan incluye las siguientes áreas: comunicación corporativa, comunicación externa, comunicación interna y relaciones públicas.

Dentro de este plan se encuentran los objetivos comunicacionales que se desean alcanzar para un mejor funcionamiento de la institución. También se determina el público objetivo de FUNDAL, el mensaje a utilizar y la estrategia planteada para lograr que el grupo objetivo sea alcanzado y se logre un sentido de pertenencia hacia la organización.

Se crean también los planes para las diferentes áreas de comunicación ya mencionadas. Se estipulan estrategias y acciones que ayudarán a la implementación de cada plan. Así también, es importante el control y seguimiento de estos, por lo que se define la forma para hacerlo. Y se calendariza el plan para que se ponga en marcha a partir del 5 de mayo del año 2014 y finalice su utilidad el 22 de abril del año 2015.

Sírvase entonces de este plan de comunicación elaborado para la Fundación Guatemalteca para Niños con Sordoceguera Alex (FUNDAL) para que la institución se encuentre en un desarrollo constante y positivo, tanto para los trabajadores, colaboradores y voluntarios, como también para las personas que gozan de sus servicios.

2.1 Antecedentes

FUNDAL es una institución dedicada a la educación de personas con Sordoceguera y discapacidades múltiples. Cuentan con tres centros de atención ubicados en la 1ª. Calle 0 – 20, Zona 1 de Mixco, Lomas de Portugal, Carretera Interamericana, Ciudad de Guatemala, en 22 Ave. 10 – 51 Zona 3, Quetzaltenango y en 14 Av. 7 – 56 Zona 5, Colonia Las Flores, Huehuetenango.

La institución cuenta con una campaña televisiva realizada el año 2011 con duración de dos meses de ese año (mayo – junio) fue difundida en televisión por cable nacional, incluyendo programas departamentales de Quetzaltenango y Huehuetenango (fuente: Diana Bonilla, Directora de Comunicación FUNDAL). Dicha campaña se encuentra en el canal de YouTube FundalGuatemala. El mensaje era dar a conocer la sordoceguera como discapacidad, presentar a FUNDAL como Institución Nacional encargada de velar por la educación e inclusión de personas con esta discapacidad e invitar a las personas para que fueran embajadores de la sordoceguera por medio de artistas nacionales como Gaby Moreno y Tavo Bárcenas. Su mensaje fue en un periodo corto de tiempo y la campaña no abarcó los canales nacionales, pero fue presentada en la cadena de cines Cinépolis. Esta campaña fue donada en su totalidad.

Cuentan con videos institucionales realizados por estudiantes de comunicación de la Universidad Mesoamericana y un spot televisivo premiado por UNICEF como mejor spot de sensibilización.

Actualmente cuentan con una página web, manejan redes sociales (Facebook y Twitter) y un canal de YouTube llamado FundalGuatemala.

La imagen institucional ha tenido varios cambios a lo largo de su trayectoria, por tal razón las personas tienden a desconocer la institución y su propósito, incluso el personal dentro de la organización confunde ciertos aspectos de imagen como el slogan. Por tal razón su publicidad es confusa, pues se trata de utilizar el slogan para

poder hacer conciencia pero se combina con frases de sensibilización que se confunden con el slogan.

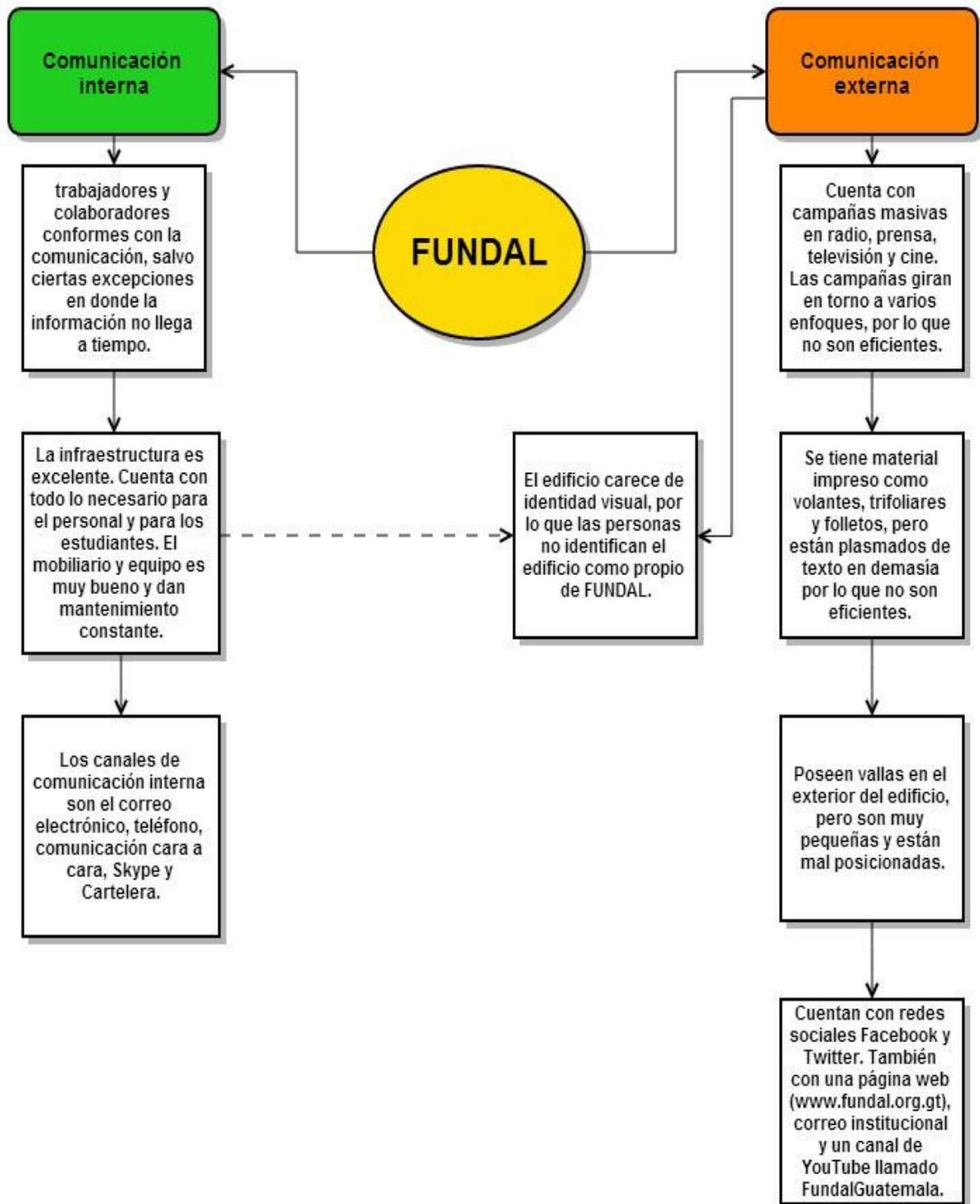
El mensaje en medios escritos suele ser muy extenso y desordenado, por lo que si se reparte un volante o bifoliar/trifoliar las personas no suelen leerlo.

Hay radios que otorgan espacios publicitarios con el fin de promocionar eventos para recaudación de fondos. En las emisiones se hace mención de la actividad y se resalta a FUNDAL como beneficiario de esta, pero se da más énfasis a la actividad que a la causa de la misma.

La mayoría de mensajes publicitarios de FUNDAL se enfocan en dar a conocer la sordoceguera y discapacidades múltiples, en invitar a ser un embajador de la sordoceguera en alguna región del país y solicitar apoyo como voluntariado, apadrinamientos y/o donaciones. Ninguna campaña se enfoca en dar a conocer a FUNDAL como institución educativa para niños y niñas con sordoceguera en sí.

El edificio por fuera no se encuentra señalizado, ni identificado con el logotipo ni colores institucionales. Cuentan con dos vallas aéreas de tamaño relativamente pequeño, las cuales son utilizadas para publicar eventos, pero utilizan demasiado texto en ellas y su ubicación no es estratégica para que puedan ser apreciadas por los transeúntes. Aparte de esas vallas aéreas cuentan con dos vallas ancladas al muro externo del edificio, pero están deterioradas y su mensaje es extenso, con tipografía muy pequeña y se han decolorado.

2.2 Radiografía



2.3 objetivos

- Elaborar un plan de comunicación objetivo y flexible, que abarque todas las áreas de comunicación de FUNDAL.
 - Establecer de forma correcta la identidad visual de FUNDAL.
 - Exponer de forma masiva la identidad visual y corporativa de FUNDAL.
 - Optimizar el intercambio de información entre trabajadores, voluntarios y colaboradores de FUNDAL.
 - Lograr reconocimiento de la institución por parte de la sociedad guatemalteca.
 - Mantener una imagen positiva de la institución.

2.4 Público Objetivo

Externo.

Aspectos demográficos: hombres y mujeres de 17 a 60 años que posean un nivel de estudio medio o universitario, que residan dentro del país, en áreas urbanas desarrolladas.

Aspectos económicos: personas estudiantes y/o trabajadoras de clase social media a alta y que sus consumos representen ahorro para invertir en otros menesteres.

Aspectos psicográficos: personas que se preocupen por dar buenos ejemplos y valores a su familia. También que disfruten de ayudar y apoyar a la parte de la sociedad guatemalteca que lo necesita. Que tengan una visión de inclusión social para las personas con discapacidades.

Interno.

Trabajadores, colaboradores y voluntarios de FUNDAL.

2.5 Mensaje

La Fundación Guatemalteca para Niños con Sordoceguera Alex (FUNDAL) es la única institución en Guatemala que vela por la educación de personas con sordoceguera y se preocupa por su inclusión social. Por lo que el mensaje a divulgar es dar a conocer a FUNDAL como centro educativo para personas con sordoceguera, hacer saber a las personas que pueden colaborar brindando apoyo monetario, materiales o con voluntariado y que formar parte de la familia de FUNDAL es una experiencia de vida inigualable que brinda alegría a todos sus integrantes.

2.6 Estrategia

Dar una imagen positiva de FUNDAL, ofreciendo los servicios educativos para personas sordociegas con el beneficio de la inclusión social, evitando provocar el sentimiento de lástima, alentando a las personas a formar parte de esta hermosa y feliz familia.

2.7 Los Planes de Comunicación

Comunicación Corporativa*

Estrategia

- Resaltar la imagen de FUNDAL a través del fortalecimiento de su identidad visual.

Acciones:

1. Establecer un slogan breve que abarque la esencia de FUNDAL. Para ello se debe contar con la colaboración de todo el equipo de comunicación y realizar una lluvia de ideas, luego depurar palabras que no se utilizarán y tomar las que mejor representen a la institución. El slogan no puede estar conformado por menos de 2 palabras, ni más de 6.

Propuestas de slogan:

1. Ser mejores personas, nuestro mejor sentido.
 2. Juntos somos un mejor sentido.
 3. Por un mundo más humano.
 4. Unidos somos un mejor sentido.
 5. Somos manos que despiertan mejores acciones.
 6. Manos que construyen mejores personas.
 7. Vidas con sentidos más humanos.
 8. Auténticas manos descubriendo un mundo distinto.
 9. Vemos la vida con otros sentidos.
 10. Unidos por la educación sin límites.
-
2. Proporcionar identidad visual al exterior del edificio de FUNDAL por medio de las vallas ubicadas en el muro perimetral de FUNDAL. Dichas vallas deben contener el logotipo, slogan e información clara y concisa de FUNDAL, así, como también se debe colocar la página web y los íconos de las redes sociales Facebook y Twitter. De ser posible, realizar la misma acción con centros educativos de Quetzaltenango y Huehuetenango.

Propuesta de vallas:



Fuente: Diana Bonilla



3. Realizar un mural o grafiti en el muro perimetral de FUNDAL. Dicho mural debe representar la esencia de la institución de forma colorida y vistosa para que la fundación sea reconocida físicamente por la sociedad y posea algo que refleje su interior.

Propuesta Proyecto Mural:

Realizar una convocatoria de artistas que utilicen la técnica del grafiti o muralismo. Concientizarlos, sensibilizarlos y mostrarles el trabajo que FUNDAL realiza, para que ellos capten la esencia de la institución, luego vean el muro y esbocen borradores del

posible diseño que puede realizarse. Una vez aprobado el diseño, convocar a empresas de pintura para que estas donen el material a utilizarse en el mural/grafiti. Puede convocarse a medios de comunicación nacionales para dar a conocer el muro a la sociedad guatemalteca.



Área principal para el desarrollo del diseño.

Espacio para el logo de la empresa que donará el material para la ejecución del diseño.

Fuente: Gabriela Román

- Colocar el logotipo de FUNDAL elaborado con material pvc en la pared que contiene la puerta de entrada al edificio, pues dicha pared puede ser apreciada desde la avenida principal.

Propuesta de colocación de logotipo/logo:



Propuesta 1



Fotos: Gabriela Román

Propuesta 2

5. Instruir a los trabajadores, colaboradores y voluntarios de FUNDAL de la Ciudad de Guatemala, Quetzaltenango y Huehuetenango con respecto de la identidad visual de FUNDAL, para crear un sentido de pertenencia y este sea exteriorizado por ellos.

Propuesta de capacitación de talento humano de FUNDAL:

Preparar una conferencia dinámica de duración máxima de 1 hora, y presentarla a los trabajadores, colaboradores y voluntarios de FUNDAL. La conferencia debe realizarse en las tres sedes de la institución, tratando que todo el talento humano sea participe de la conferencia.

Contenido de la capacitación:

- Qué es FUNDAL.
- Colores institucionales y su significado.
- Logotipo.
- Slogan.

**Esta será la estrategia a implementar en la institución por la epesista en curso.*

Comunicación Externa

Estrategia

- Crear una campaña publicitaria, innovadora y de bajo costo, enfocada en la identidad corporativa de FUNDAL y lograr así un reconocimiento de la institución por parte de la sociedad guatemalteca.

Acciones:

1. Elaborar una campaña publicitaria BTL, con la cual se optimicen los gastos y se tenga un impacto positivo y oneroso.

Propuesta: Dicha acción puede ponerse en marcha utilizando a los voluntarios de FUNDAL, poniéndoles botargas del logo, creadas con materiales reciclados. Pueden colocarse en puntos estratégicos de cada región y repartir volantes con información concisa y puntual sobre FUNDAL, puede darse junto con el volante una galleta de las que se elaboran en la institución para promocionar el producto. Dicha campaña puede tener una duración máxima de un mes, rotando los lugares y voluntarios cada semana (dependiendo del tamaño de la región).

2. Colocar los íconos de las redes sociales Facebook y Twitter en cada artículo publicitario y promocional de FUNDAL para hacer saber a la población que la institución cuenta con estas herramientas. De igual manera, también colocar la dirección de la página web. De esta forma se podrán incrementar las visitas, luego se aprovechará el incremento de seguidores para realizar campañas por medio de redes sociales, así como promocionar los productos de FUNDAL, realizar concursos y dinámicas por Facebook y Twitter.
3. Manejar por medio de una campaña innovadora los artículos que FUNDAL realiza para la recaudación de sus fondos.

Propuesta: Por medio contactos con empresas, como por ejemplo Panaderías San Martín, y lograr que acepten poner a la venta en dichas compañías las galletas y repostería que las y los alumnos de FUNDAL realizan, para generar más ingresos. La encargada de comunicación y relaciones públicas es quien debe presentarse para platicar con los gerentes de las empresas la colocación de los artículos y estos podrían colocar el mensaje con el producto en un espacio proporcionado para la causa.

- El mensaje: “compartamos nuestros sentidos con FUNDAL.”

4. Crear una forma de recaudación de fondos anual para sufragar los gastos de comunicación externa.

Propuesta: Se puede recurrir a realizar un desayuno para colaboradores de la institución e invitar a otras personas a que formen parte de la familia FUNDAL en dicho desayuno. Realizar una charla informativa sobre la institución y lo que promete para la sociedad guatemalteca mientras se degusta un delicioso desayuno. Se debe tratar de ser lo más dinámico posible sin caer en el sentimiento de lástima o el hostigamiento, para que las personas queden convencidas de que la institución es una fuente de desarrollo positiva para las personas con sordoceguera y discapacidades múltiples y de esa forma aporten para su desarrollo.

Los temas y actividades a tocar serán:

- ¿Qué es FUNDAL?
- Un poco de historia de la institución.
- Dinámica de sensibilización.
- La promesa y esencia de FUNDAL.
- Dinámica de sensibilización.
- Agradecimiento y exhortación al apoyo.

Comunicación Interna

Estrategia

- Diseñar un sistema de comunicación inmediato y constante que proporcione conformidad entre los trabajadores, colaboradores y voluntarios de FUNDAL.

Acciones:

1. Implementar el mecanismo de comunicación dinámico, el cual puede actualizarse de manera constante.

Propuesta: Este puede ser conocido como “La Agenda Del Día”. Se trata de colocar una especie de libreta en el escritorio de cada trabajadora y trabajador de la institución, con la finalidad de apuntar todas aquellas acciones que deben ser comunicadas a otras personas del personal de trabajo, colaboradores y/o voluntarios. Esta debe revisarse constantemente para exponer la información a tiempo. Así también, las acciones que serán comunicadas al día siguiente, pueden quedar escritas por adelantado y exteriorizarlas a primera hora a las personas concernientes. El correo electrónico y el teléfono interno pueden ser las herramientas de apoyo para la divulgación de la información interna.

Relaciones Públicas

Estrategia

- Promover una aparición constante y positiva de FUNDAL en medios de comunicación masiva, medios alternativos y en la sociedad guatemalteca, para lograr un reconocimiento de la institución.

Acciones:

1. Crear una agenda de medios, en la cual se encuentren la mayor cantidad de medios de comunicación masiva de todo el país y su rating.

Propuesta: elaborar un mapa en el que se identifiquen los puntos en donde se encuentran estos medios de comunicación. También, deben colocárselos datos de contacto de reporteros y corresponsales de esos medios y de las personas con opinión pública en el país en una base de datos de comunicación. Esto para dar a conocer los eventos de FUNDAL y conseguir la mayor cantidad de notas en los diferentes medios.

2. Realizar contacto con potenciales colaboradores por medio del e-mailing.

Propuesta: Registrar una base de datos importante, que cumpla con las características del grupo objetivo, para poder promover los eventos sociales que realiza la institución y lograr un mayor número de contribuyentes. Se debe mantener siempre contacto constante con dicha base de datos y actualizar constantemente la información. (Por medio de esta base de datos puede organizarse la acción número 4 del plan de comunicación externa.)

2.9 Presupuesto

FUNDAL no cuenta con un rubro específico dentro del presupuesto para el área de Comunicación.

Se hace todo lo posible para que las publicaciones en medios y la impresión de materiales sean donados, en algunas ocasiones una Agencia de Cooperación asigna presupuesto para una actividad específica de comunicación (Ej. el año pasado que CBM destinó Q20,000.00 Fuente: Diana Bonilla, Directora de Comunicación)

El presupuesto operativo anual para el 2014 es de 3.6 millones.

El departamento de Desarrollo Institucional tiene la meta de recaudar el 50% de este presupuesto y el área de Proyectos de Cooperación el otro 50%.

Se puede estimar que para alcanzar esta cifra se invierte un 2% en actividades de comunicación (Fuente: D. Bonilla, Directora de Comunicación.)

Son aproximadamente Q72,000.00 destinados al presupuesto para la comunicación que maneja FUNDAL.

Para llevar un registro cuantitativo para el presente informe, se detalla un aproximado monetario que la epesista en curso utilizará en la estrategia a implementar:

Recurso	Costo Monetario
3Estructuras metálicas independientes de lámina con impresiones adhesivas full color 2.44 mts. de largo x 4.32 mts. de alto. (Estructuras ya existentes.)	Q. 2,025.003 impresiones adhesivas full color.
Impresión de logotipo en adhesivo full color colocado en PVC 2 x 3 mts.	Q. 645.00
1 cubeta de pintura exterior látex para mural.	Q. 700.00
11 galones de pintura de varios colores para mural. (costo por galón Q.152.00)	Q. 1,672.00
2 Kit de materiales para pintar. (Incluye 2 rodillos, 2 brochas y una bandeja para pintura.) costo por unidad Q. 126.00	Q. 252.00

24 Aerosoles de diversos colores para el mural. Costo por unidad Q.17.00	Q. 408.00
Pago por talento de los 2 artistas.	Q. 13,000.00
Capacitador (a) del personal de trabajo con respecto a la identidad visual de FUNDAL (3 días, uno por centro educativo).	Q. 2,000.00
Total.	Q. 20,702.00

2.10 Control y seguimiento

Para una correcta evaluación de la ejecución del Plan Estratégico, es necesario disponer de una metodología de seguimiento y control, que permita obtener información confiable y comprobable del estado de avance y que facilite el control por parte de la directora de comunicación, así como la readaptación de la planificación estratégica ante nuevos contextos.

Al ser este el primer Plan Estratégico de Comunicación que FUNDAL obtenga, el seguimiento se llevará a cabo a través de Informes de seguimiento mensuales y reuniones periódicas de seguimiento de acciones únicamente, pues no existen registros anteriores de planes con los que se pueda comparar la ejecución.

- **Informes mensuales de seguimiento**

Estos informes representarán, por escrito, los avances de las acciones que estipula el plan para cada mes. Será realizado por las personas a cargo de la comunicación y se detallará la información importante para la evaluación del grado de avance de las acciones, evidenciando los logros obtenidos.

El grado de avance servirá de indicador de medida de la ejecución de las acciones.

- **Reuniones de seguimiento de acciones**

Se deben de realizar reuniones periódicas en donde participen los encargados de las acciones del plan, también pueden participar las áreas colaboradoras que de alguna forma se hacen participe en la creación y/o ejecución de campañas o acciones. Estos grupos retroalimentarán los informes de seguimiento.

Indicadores de ejecución

Grado de avance: representa el nivel de ejecución de la acción, este será calificado por la Directora de Comunicación con una ponderación de 1 a 5 siendo los siguientes sus valores:

- 1: en etapa de análisis
- 2: en progreso de iniciación
- 3: ejecutada con avance medio
- 4: ejecutada con alto avance
- 5: implementada
- 0: no iniciada

Se debe estipular, también, el indicador y su porcentaje logrado.

Grado de ejecución: este se mide sumando las acciones en progreso (con valores 2 y 3) y las acciones ejecutadas (con valores 4 y 5) sobre el total de acciones que se encuentran en el plan estratégico.

Grado de eficacia: este servirá para realizar una evaluación final del plan. Este se calcula sumando las acciones realizadas con niveles 4 y 5 sobre el total de acciones del plan, de esa forma si el resultado oscila entre un nivel 4 o 5 puede darse por entendido que la implementación del plan fue un éxito.

Lista de acciones ya efectuadas de la estrategia a implementar

Para llevar un mejor control de la estrategia y las acciones que la epesista implementará, se solicita a la encargada llenar la siguiente lista de acciones efectuadas.

Colocar un cheque si las acciones fueron ejecutadas y una equis a las que no.

Estrategia

- Resaltar la imagen de FUNDAL a través del fortalecimiento de su identidad visual.

Acción

- Establecer un slogan breve que abarque la esencia de FUNDAL.
- Proporcionar identidad visual al exterior del edificio de FUNDAL por medio de las vallas ubicadas en el muro perimetral de la institución.
- Realizar un mural o grafiti en el muro perimetral de FUNDAL.
- Colocar el logotipo de FUNDAL elaborado con material pvc.
- Instruir a las y los trabajadores, colaboradores y voluntarios de FUNDAL de la Ciudad de Guatemala, Quetzaltenango y Huehuetenango.

Capítulo III

Control y Seguimiento

Presentación

3.1 Ficha de Evaluación

3.2 Fichas de Control y Seguimiento

3.3 Informe Descriptivo

Presentación

El siguiente informe presenta de forma descriptiva, detallada e ilustrativa los resultados de la ejecución de una de las estrategias propuestas dentro del plan de comunicación sugerido a la Fundación Guatemalteca de Niños con Sordoceguera Alex (FUNDAL).

Así mismo, se incluyen las fichas de control y seguimiento en las cuales se estipula información del proceso de implementación de las acciones estratégicas que la epesista en curso implementó. Dicha información fue supervisada semanalmente por la encargada y jefe inmediato de la epesista, colocando la firma respectiva y el sello de la institución. Al final, la encargada calificó a la epesista con respecto de los aspectos estipulados en la hoja de evaluación, que también se encuentra dentro de este informe.

Se pueden observar las fotos y documentos que avalan la implementación de cada una de las acciones de la estrategia que se implementó, y las comparaciones de los antes y después de la estrategia, para poder apreciar el resultado que se obtuvo luego de esta.

De esta forma se da por culminada la etapa tres del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) realizado en la Fundación Guatemalteca para Niños con Sordoceguera Alex (FUNDAL) con un total de 326 horas y 9 minutos laboradas, y se presenta en este informe para la evaluación pertinente.

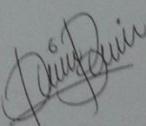
3.1 Ficha de Evaluación.




UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
 EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS) 2014
 Ficha de Práctica Profesional Supervisada (EPS)

Nombre: Gabriela María Román Paz Carne: 200924220

Institución o Empresa: FUNDAL Jefe o Encargado: Diana Bonilla

Presentación	Puntualidad	Conducta	Relaciones Interpersonales	Responsabilidad
10	8	10	10	9
Profesionalismo 10	Cumplimiento con los reglamentos internos de su Institución 10		 FUNDAL <small>Fundación Guatemalteca para Niños con Síndrome de Alergia COMUNICACIÓN Y DESARROLLO HUMANO</small>	* Gabriela Román se caracterizó por su iniciativa y constancia con el proyecto realizado, además de identificarse con nuestra causa -

3.2 Fichas de Control y Seguimiento.




UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
 EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS) 2014
 Ficha de Asistencia a Práctica Profesional Supervisada (EPS)

Nombre: Gabriela María Román Paz Carne: 200924220
 Institución o Empresa: FUNDAL Jefe o Encargado: Diana Bonilla
 Semana del 05 de 09 al Mayo de 2014.

DIA	HORAS TRABAJADAS	ACTIVIDAD DESARROLLADA	FIRMA DEL ENCARGADO	SELLO	FIRMA DEL SUPERVISOR	SELLO
Lunes	8 hrs.	Análisis de publicidad.	<i>Diana Bonilla</i>		<i>G. Localle Román Paz</i>	
Martes	8 hrs. y 30 min.	Análisis de publicidad. Sondeo de slogans actual.				
Miércoles	7 hrs. y 30 min.	Elaboración presentación de un slogan para FUNDAL. Permiso de Manuel López Parra.				
Jueves	8 hrs.	Investigar colores de la institución. Crea y sugiere el logo.				
Viernes	8 hrs. y 45 min.	Análisis de slogans propuestos, arreglo del manual de I.C.				

Total de Horas: 40 hrs y 45 min. Firma del Supervisor: *Diana Bonilla*




UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
 EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS) 2014
 Ficha de Asistencia a Práctica Profesional Supervisada (EPS)

Nombre: Gabriela María Román Paz Carne: 200924220
 Institución o Empresa: FUNDAL Jefe o Encargado: Diana Bonilla
 Semana del 12 de 16 al Mayo de 2014.

DIA	HORAS TRABAJADAS	ACTIVIDAD DESARROLLADA	FIRMA DEL ENCARGADO	SELLO	FIRMA DEL SUPERVISOR	SELLO
Lunes	7 hrs.	Areglo de manual IC.	<i>Diana Bonilla</i>		<i>G. Localle Román Paz</i>	
Martes	8 hrs. y 30 min.	Medición de muro exterior de FUNDAL. Permisos de la MUTE.				
Miércoles	6 hrs. y 48 min.	Verificación de slogan, Permisos de vallas, Planificación.				
Jueves	8 hrs. y 46 min.	Contacto de colaboradores/ FUNDAL corporativa.				
Viernes	8 hrs y 30 min.	Revisión (slogan). Planificar estrategia FUNDAL corporativa.				

Total de Horas: 39 hrs. y 34 min. Firma del Supervisor: *Diana Bonilla*



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
 EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS) 2014
 Ficha de Asistencia a Práctica Profesional Supervisada (EPS)

Nombre: Sabrina María Román Paz Carne: 20092220

Institución o Empresa: FUNDAL Jefe o Encargado: Diana Bonilla

Semana del 19 de 23 al Mayo de 2014

DÍA	HORAS TRABAJADAS	ACTIVIDAD DESARROLLADA	FIRMA DEL ENCARGADO	SELLO	FIRMA DEL SUPERVISOR	SELLO
Lunes	Apoyo a documental y taller d.a. 5 hrs.	Apoyo a documental y taller D.A.				
Martes	6 hrs.	Apoyo a documental y taller D.A. Graffiti.				
Miércoles	6 hrs.	Apoyo a documental y taller D.A. Buscar artistas Graffiti.				
Jueves	9 hrs.	Apoyo documental y taller D.A. Cotizar muralistas y Graffiti.				
Viernes	3 hrs y 30 min.	Apoyo a documental y taller de Diseños Adaptados.				

Total de Horas: 29 hrs y 30 min.

Firma del Supervisor:



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
 EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS) 2014
 Ficha de Asistencia a Práctica Profesional Supervisada (EPS)

Nombre: Sabrina María Román Paz Carne: 200924220

Institución o Empresa: FUNDAL Jefe o Encargado: Diana Bonilla

Semana del 26 de 30 al Mayo de 2014

DÍA	HORAS TRABAJADAS	ACTIVIDAD DESARROLLADA	FIRMA DEL ENCARGADO	SELLO	FIRMA DEL SUPERVISOR	SELLO
Lunes	9 hrs.	Capacitación Unow Europa				
Martes	8 hrs. y 30 min.	Capacitación y taller.				
Miércoles	6 hrs. y 25 min.	Buscar apoyo de muralistas y graffiti. Estrategia Dts.				
Jueves	5 hrs.	Composición slogan mural y graffiti.				
Viernes	8 hrs. y 30 min.	Contacto con artistas, lluvia de ideas graffiti, día de la socialización.				

Total de Horas: 37 hrs y 25 min.

Firma del Supervisor:



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
 EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS) 2014
 Ficha de Asistencia a Práctica Profesional Supervisada (EPS)

Nombre: Daniela María Román Paz Carne: 200924220

Institución o Empresa: FUNDAL Jefe o Encargado: Diana Bonilla

Semana del 2 de 6 al Junio de 2014

DIA	HORAS TRABAJADAS	ACTIVIDAD DESARROLLADA	FIRMA DEL ENCARGADO	SELLO	FIRMA DEL SUPERVISOR	SELLO
Lunes	6 hrs.	6 hrs y 30 min. Slogos, graffiti, investigación de slogans.	<i>Diana Bonilla</i>		<i>Daniela Román Paz</i>	
Martes	7 hrs.	Investigación día de la solidaridad, slogan, contacto graffiti.				
Miércoles	8 hrs. y 20 min.	Creación de 5 proyectos de Slogans, contacto graffiti y Slogans.				
Jueves	8 hrs.	Creación de otros 5 proyectos, elaboración de proyecto día de la solidaridad.				
Viernes	8 hrs.	Revisión de colaboración para el graffiti a diversos grupos, revisión de proyecto día de la solidaridad.				

Total de Horas: 37 hrs y 50 min.

Firma del Supervisor: *Diana Bonilla*



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
 EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS) 2014
 Ficha de Asistencia a Práctica Profesional Supervisada (EPS)

Nombre: Daniela María Román Paz Carne: 200924220

Institución o Empresa: FUNDAL Jefe o Encargado: Diana Bonilla

Semana del 9 de 13 al Junio de 2014

DIA	HORAS TRABAJADAS	ACTIVIDAD DESARROLLADA	FIRMA DEL ENCARGADO	SELLO	FIRMA DEL SUPERVISOR	SELLO
Lunes	4 hrs.	Slogan - Mural.	<i>Diana Bonilla</i>		<i>Daniela Román Paz</i>	
Martes	8 hrs y 30 min.	Mural/graffity. Base de datos medios de comunicación.				
Miércoles	9 hrs.	Base de datos medios de comunicación.				
Jueves	8 hrs y 30 min.	Base de datos medios de comunicación. Conferencia.				
Viernes	8 hrs.	Conferencia de Prensa, contacto con medios.				

Total de Horas: 38 hrs.

Firma del Supervisor: *Diana Bonilla*



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
 EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS) 2014
 Ficha de Asistencia a Práctica Profesional Supervisada (EPS)

Nombre: Gabriela María Román Rojas Carne: 200924220
 Institucion o Empresa: FUNDAL Jefe o Encargado: Diana Bonilla
 Semana del 16 de 20 al Junio de 2014

DIA	HORAS TRABAJADAS	ACTIVIDAD DESARROLLADA	FIRMA DEL ENCARGADO	SELLO	FIRMA DEL SUPERVISOR	SELLO
Lunes	5 hrs.	Base de datos. Convocatoria Conferencia.				
Martes	6 hrs.	Base de datos. Convocatoria Conferencia. Mural.				
Miercoles	8 hrs.	Base de datos. Convocatoria mural y pintura (grafico).				
Jueves	8 hrs.	Base de datos. Convocatoria y apertura de espacios.				
Viernes	---	Ausente.				

Total de Horas: 27 hrs.

Firma del Supervisor:



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
 EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS) 2014
 Ficha de Asistencia a Práctica Profesional Supervisada (EPS)

Nombre: Gabriela María Román Rojas Carne: 200924220
 Institucion o Empresa: FUNDAL Jefe o Encargado: Diana Bonilla
 Semana del 23 de 27 al Junio de 2014

DIA	HORAS TRABAJADAS	ACTIVIDAD DESARROLLADA	FIRMA DEL ENCARGADO	SELLO	FIRMA DEL SUPERVISOR	SELLO
Lunes	5 hrs.	Apertura de espacios. Asistencias.				
Martes	6 hrs.	Confirmación asistencias. Apertura espacios. Mural.				
Miercoles	4 hrs.	Conferencia de prensa. Material del muro.				
Jueves	5 hrs.	Capacitación Redes Sociales.				
Viernes	8 hrs y 35 min.	Trabaja espacios en medios por el día de la soberanía.				

Total de Horas: 28 hrs y 35 min.

Firma del Supervisor:



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
 EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS) 2014
 Ficha de Asistencia a Práctica Profesional Supervisada (EPS)

Nombre: Gabriela María Román Ray Carne: 200924220

Instiución o Empresa: FUNDAL Jefe o Encargado: Diana Bonilla

Semana del 30 de junio de 4 al Julio de 2014

DIA	HORAS TRABAJADAS	ACTIVIDAD DESARROLLADA	FIRMA DEL ENCARGADO	SELLO	FIRMA DEL SUPERVISOR	SELLO
Lunes	4 hrs.	Investigación colores institucionales, significado e interpretación.	<i>Diana Bonilla</i>		<i>Gabriela Román Ray</i>	
Martes	6 hrs.	Investigación slogan y significado.				
Miércoles	4 hrs.	Registro slogan. Interpretación logotipo y logo.				
Jueves	5 hrs.	Capacitación Redes sociales				
Viernes	7 hrs.	Definición de contenido de Conferencia, registro slogan.				

Total de Horas: 26 hrs.

Firma del Supervisor: *Diana Bonilla*



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
 EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS) 2014
 Ficha de Asistencia a Práctica Profesional Supervisada (EPS)

Nombre: Gabriela María Román Ray Carne: 200924220

Instiución o Empresa: FUNDAL Jefe o Encargado: Diana Bonilla

Semana del 7 de 11 al Julio de 2014

DIA	HORAS TRABAJADAS	ACTIVIDAD DESARROLLADA	FIRMA DEL ENCARGADO	SELLO	FIRMA DEL SUPERVISOR	SELLO
Lunes	7 hrs.	Creación de presentación capacitación. Actualización de material capacitación.	<i>Diana Bonilla</i>		<i>Gabriela Román Ray</i>	
Martes	7 hrs y 30 min.	Corregir slogan (si ya está registrado o no).				
Miércoles	6 hrs.	A reglo de presentación.				
Jueves	5 hrs.	Capacitación redes sociales				
Viernes	4 hrs.	Presentación capacitación FUNDAL Castro Guate.				

Total de Horas: 30 hrs y 30 min.

Firma del Supervisor: *Diana Bonilla*



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
 EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS) 2014
 Ficha de Asistencia a Práctica Profesional Supervisada (EPS)

Nombre: Gabriela María Román Rojas Carne: 200924220

Institución o Empresa: FUNDAL Jefe o Encargado: Diana Bonilla

Semana del 14 de Julio de 2014

DIA	HORAS TRABAJADAS	ACTIVIDAD DESARROLLADA	FIRMA DEL ENCARGADO	SELLO	FIRMA DEL SUPERVISOR	SELLO
Lunes		Ausente.				
Martes	4 hrs.	Analizar papelería institucional.				
Miércoles	5 hrs.	Revisión de Marketing con responsabilidad social.				
Jueves	3 hrs.	Análisis papelería.				
Viernes	5 hrs.	Mural, fundado y realización.				

Total de Horas: 17 hrs.

Firma del Supervisor:

3.3 Informe descriptivo de la implementación de la estrategia.

Según el plan de comunicación propuesto a la institución, la estrategia a implementar por la epesista en curso fue la siguiente:

Comunicación Corporativa*

Estrategia

- Resaltar la imagen de FUNDAL a través del fortalecimiento de su identidad visual.

Acciones:

1. Establecer un slogan breve que abarque la esencia de FUNDAL. Para ello se debe contar con la colaboración de todo el equipo de comunicación y realizar una lluvia de ideas, luego depurar palabras que no se utilizarán y tomar las que mejor representen a la institución. El slogan no puede estar conformado por menos de 2 palabras, ni más de 6.

Propuestas de slogan:

11. Ser mejores personas, nuestro mejor sentido.
12. Juntos somos un mejor sentido.
13. Por un mundo más humano.
14. Unidos somos un mejor sentido.
15. Somos manos que despiertan mejores acciones.
16. Manos que construyen mejores personas.
17. Vidas con sentidos más humanos.
18. Auténticas manos descubriendo un mundo distinto.

19. Vemos la vida con otros sentidos.

20. Unidos por la educación sin límites.

6. Proporcionar identidad visual al exterior del edificio de FUNDAL por medio de las vallas ubicadas en el muro perimetral de FUNDAL. Dichas vallas deben contener el logotipo, slogan e información clara y concisa de FUNDAL, así, como también se debe colocar la página web y los íconos de las redes sociales Facebook y Twitter. De ser posible, realizar la misma acción con centros educativos de Quetzaltenango y Huehuetenango.

Propuesta de vallas:



7. Realizar un mural o grafiti en el muro perimetral de FUNDAL. Dicho mural debe representar la esencia de la institución de forma colorida y vistosa para que la fundación sea reconocida físicamente por la sociedad y posea algo que refleje su interior.

Propuesta Proyecto Mural:

Realizar una convocatoria de artistas que utilicen la técnica del grafiti o muralismo. Concientizarlos, sensibilizarlos y mostrarles el trabajo que FUNDAL realiza, para que ellos capten la esencia de la institución, luego vean el muro y esbocen borradores del posible diseño que puede realizarse. Una vez aprobado el diseño, convocar a empresas de pintura para que estas donen el material a utilizarse en el mural/grafiti. Puede convocarse a medios de comunicación nacionales para dar a conocer el muro a la sociedad guatemalteca.



Fotos: Gabriela Román



Área principal para el desarrollo del diseño.

Espacio para el logo de la empresa que donará el material para la ejecución del diseño.

8. Colocar el logotipo de FUNDAL elaborado con material pvc en la pared que contiene la puerta de entrada al edificio, pues dicha pared puede ser apreciada desde la avenida principal.

Propuesta de colocación de logotipo/logo:



Propuesta 1



Propuesta 2

9. Instruir a los trabajadores, colaboradores y voluntarios de FUNDAL de la Ciudad de Guatemala, Quetzaltenango y Huehuetenango con respecto de la identidad visual de FUNDAL, para crear un sentido de pertenencia y este sea exteriorizado por ellos.

Propuesta de capacitación de talento humano de FUNDAL:

Preparar una conferencia dinámica de duración máxima de 1 hora, y presentarla a los trabajadores, colaboradores y voluntarios de FUNDAL. La conferencia debe realizarse en las tres sedes de la institución, tratando que todo el talento humano sea participe de la conferencia.

Contenido de la capacitación:

- Qué es FUNDAL.
- Colores institucionales y su significado.
- Logotipo.
- Slogan.

A continuación se presenta el proceso utilizado en cada una de las acciones para implementar la estrategia:

Acción 1: Establecer un slogan breve que abarque la esencia de FUNDAL. Para ello se debe contar con la colaboración de todo el equipo de comunicación y realizar una lluvia de ideas, luego depurar palabras que no se utilizarán y tomar las que mejor representen a la institución. El slogan no puede estar conformado por menos de 2 palabras, ni más de 6.

Proceso: la primera fase para la constitución del slogan fue realizar un análisis de la publicidad de FUNDAL con respecto al slogan que se manejaba. Se visualizó que se manejaban dos muy distintos, uno era “no vemos, ni oímos, pero sentimos y aprendemos” y el otro “tu apoyo nos hace sonreír.”

Luego se inició el proyecto “Creemos un slogan para FUNDAL” el cual consistió en realizar una lluvia de ideas con los colaboradores de la institución, incluyendo los centros educativos de Huehuetenango y Quetzaltenango. Se depuraron las ideas y extrajeron palabras clave para dar paso a otras ideas.

Se realizaron 10 propuestas diferentes de las cuales se escogió la que más se apegaba a la visión de la institución: “Por un mundo más humano.” Se verificó que no estuviese ya registrado para su respectivo registro de marca.

Slogans propuestos:

1. Ser mejores personas, nuestro mejor sentido.
2. Juntos somos un mejor sentido.
3. Por un mundo más humano.
4. Unidos somos un mejor sentido.
5. Somos manos que despiertan mejores acciones.
6. Manos que construyen mejores personas.
7. Vidas con sentidos más humanos.
8. Auténticas manos descubriendo un mundo distinto.

9. Vemos la vida con otros sentidos.

10. Unidos por la educación sin límites.

Producto final:



Acción 2: Proporcionar identidad visual al exterior del edificio de FUNDAL por medio de las vallas ubicadas en el muro perimetral de FUNDAL. Dichas vallas deben contener el logotipo, slogan e información clara y concisa de FUNDAL, así, como también se debe colocar la página web y los íconos de las redes sociales Facebook y Twitter. De ser posible, realizar la misma acción con centros educativos de Quetzaltenango y Huehuetenango.

Propuesta de vallas:



Proceso: se analizaron las vallas con las que el edificio de la institución ya contaba, y se notó una mala utilización de las mismas, por lo que la acción sugería utilizar el logotipo, slogan e información puntual de la institución para facilitar la exposición de estas a los transeúntes.

Son tres vallas de 2.44mts. de largo x 4.32 mts. de alto, ubicadas en cada una de las esquinas del muro perimetral del edificio de la institución.

Producto final

Antes:



Vista de vallas desde la carretera Interamericana hacia Z. 11.



Vista de valla desde la Calzada Roosevelt camino a Antigua Guatemala.

Después:



Vista de vallas desde la carretera Interamericana hacia Z. 11.



Vista de ambas vallas.

Fotos: Gabriela Román



Vista de valla desde la Calzada Roosevelt camino a Antigua Guatemala.

Fotos: Gabriela Román

Acción 3: Realizar un mural o grafiti en el muro perimetral de FUNDAL. Dicho mural debe representar la esencia de la institución de forma colorida y vistosa para que la fundación sea reconocida físicamente por la sociedad y posea algo que refleje su interior.

Propuesta Proyecto Mural:

Realizar una convocatoria de artistas que utilicen la técnica del grafiti o muralismo. Concientizarlos, sensibilizarlos y mostrarles el trabajo que FUNDAL realiza, para que ellos capten la esencia de la institución, luego vean el muro y esbocen borradores del posible diseño que puede realizarse. Una vez aprobado el diseño, convocar a empresas de pintura para que estas donen el material a utilizarse en el mural/grafiti. Puede convocarse a medios de comunicación nacionales para dar a conocer el muro a la sociedad guatemalteca.

Proceso: primero, se realizó una medición del muro perimetral para poder gestionar las donaciones respectivas. Luego se determinaron los materiales que se debían utilizar; se estableció que el material con el que está hecho el muro podía absorber cualquier tipo de pintura. Simultáneamente se inició a contactar y a sensibilizar a los artistas que pudieran donar su talento para la realización del mural.

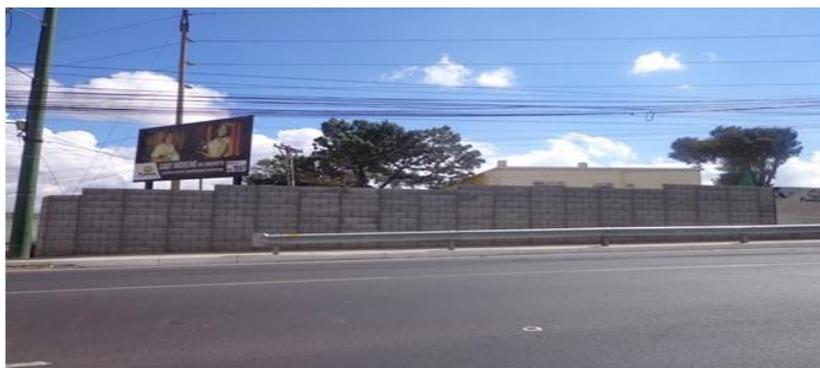
Al final se obtuvieron las donaciones solicitadas y gestión de algunos materiales de la siguiente forma:

Artistas contactados y que donaron su talento.	José Xocop “Shamk” y Emmanuel “Pulido.” Ambos escritores de grafiti
Preparación del muro para la aplicación de sellador.	25 bolsas de cemento con agua para aplicar al muro. Fondos de FUNDAL
Aplicación de sellador para la aplicación de pintura.	1 cubeta de sellador donada por Grupo Solid, pinturas Paleta.
Aplicación de pintura de fondo.	1 cubeta de color Aqua Intenso, donada por Paleta.
Pintura en colores para la realización del mural.	Amarillo 2 galones, rojo 2 galones, azul 2 galones, blanco 2 galones, negro 1 galón, albaricoque 1 galón y naranja 1 galón donados por Paleta.
Pintura en aerosol.	10 negros, 9 blancos, 4 rojo bermello Y 1 naranja gestionados por FUNDAL.
Materiales a utilizar.	2 rodillos normales, 2 rodillos pequeños, 2 bandejas, 2 brochas de 2”, 2 brochas de 4”, 2 escaleras de doble banda. Donados por Paleta.

Al tener la confirmación de los artistas y del material donado, se procedió a la elaboración de bocetos para el mural y luego se estipularon los días viernes 18, sábado 19 y domingo 20 de julio para su elaboración.

Antes:

Fotos: Gabriela Román





Boceto:



Preparación del muro para la pintura: Fotos por Gabriela Román



Explicación de la preparación de mezcla.



Voluntarios preparando la mezcla.

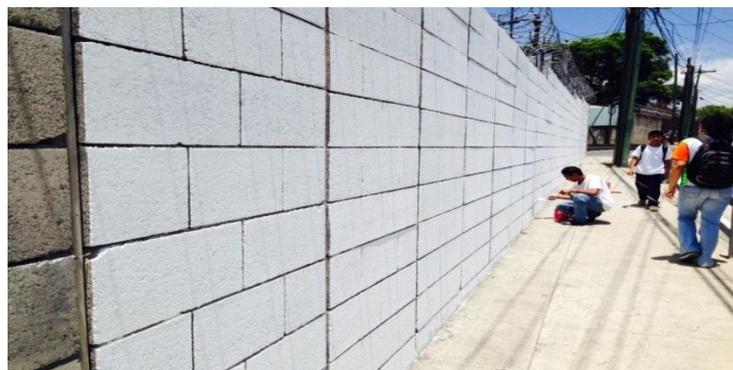


Voluntarios aplicando la mezcla

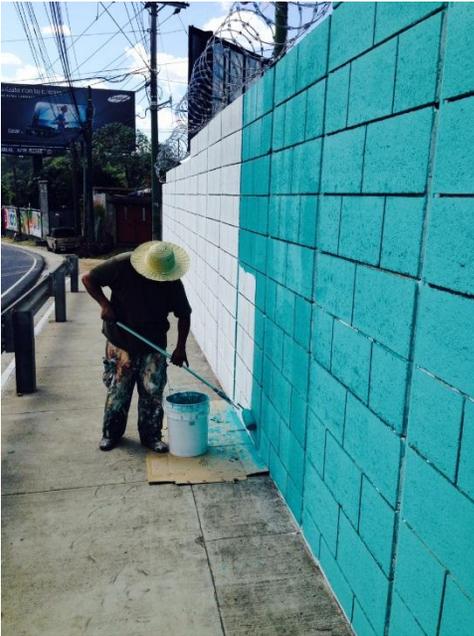


Voluntario sellando los blocks.

Aplicación de Sellador.



Realización del mural: Fotos por Gabriela Román



Fondeado del muro.



Fase de realización del mural por parte de los artistas.



Proceso del mural.



Proceso del mural.



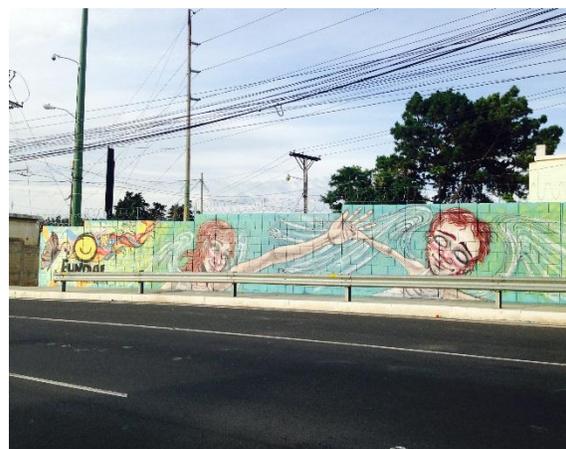
Proceso del mural.



Proceso del mural.

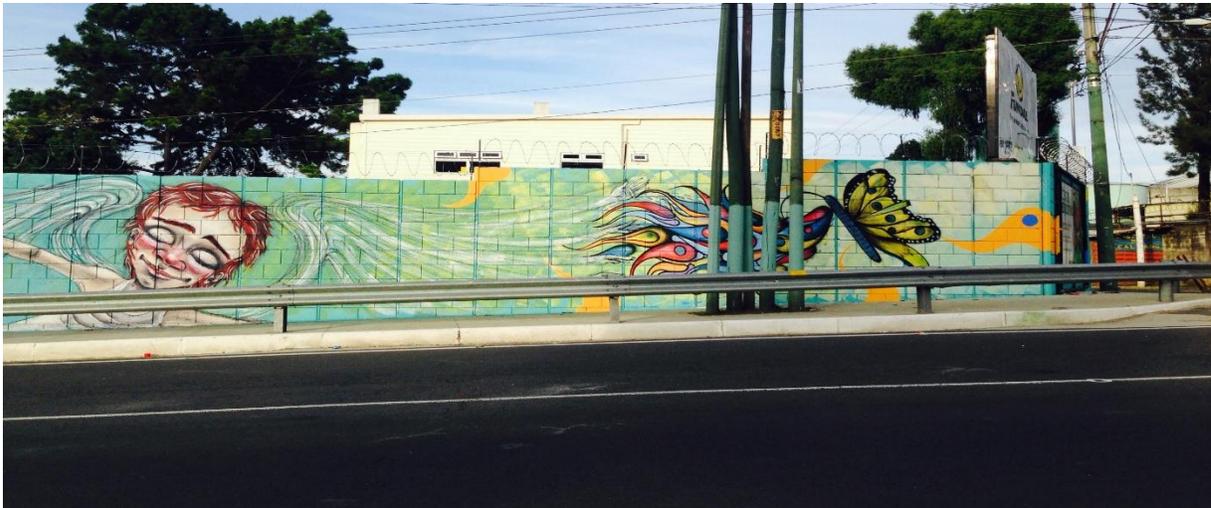


Culminación del mural.



Culminación del mural.

Después: Fotos por Gabriela Román



Acción 4: Colocar el logotipo de FUNDAL elaborado con material pvc en la pared que contiene la puerta de entrada al edificio, pues dicha pared puede ser apreciada desde la avenida principal.

Proceso:

Se identificó que la entrada peatonal de FUNDAL se visualizaba desde la carretera interamericana, por lo que se sugirió colocar un rótulo en material pvc con el logo o logotipo de FUNDAL para reforzar la imagen del edificio. Se decidió poner el logotipo de la institución.

Se tomó la medida de la pared para sugerir el tamaño del rótulo, quedando de un tamaño de 2 x 3 mts. La donación fue de un bumpersticker gigante de esa medida y se gestionó material pvc por parte de la institución para la colocación del rótulo.

Antes:



Vista desde la entrada principal y vista desde la carretera.

Fotos: Gabriela Román

Después: Fotos por Gabriela Román



Vista de la entrada principal.



Vista desde la carretera.

Acción 5: Instruir a los trabajadores, colaboradores y voluntarios de FUNDAL de la Ciudad de Guatemala, Quetzaltenango y Huehuetenango con respecto de la identidad visual de FUNDAL, para crear un sentido de pertenencia y este sea exteriorizado por ellos.

Proceso: al terminar de realizar las 3 primeras acciones de esta estrategia, se podía capacitar al personal de FUNDAL, incluyendo los centros educativos de Quetzaltenango y Huhuetenango para dar a conocer los cambios de slogan, el significado del logo y logotipo y también el de los colores institucionales.

Se desarrolló una investigación previa del logo, logotipo y colores institucionales y se elaboró una presentación en PowerPoint para una capacitación interactiva, en donde los colaboradores participaban también, se tomó en cuenta que dentro de cada centro educativo hay una persona sorda que se encarga de enseñar lenguaje de señas, por lo que las actividades estuvieron adaptadas para ellas. A continuación se presenta el cuadro de contenido de la capacitación:

Tema	Actividad	Contenido
Colores Institucionales	Escuchar sonidos y escribir el color con el que lo calificarían. Para las maestras de lenguaje de señas era leer las frases y escribir el color.	Significado de los colores verde, anaranjado, blanco, amarillo y negro. Asociación y significado para la institución.
Logo y logotipo	Leer las frases o palabras en pantalla e interpretarlas con un solo trazo o dibujo.	Diferencia entre logo y logotipo, significado e interpretación para FUNDAL.
Nuevo slogan	Escribir cuál es el compromiso que se tiene con la institución.	Dar a conocer el nuevo slogan de la institución y su significado.

Capacitación centro educativo de Guatemala: Fotos por Diana Bonilla



Inicio de la actividad.



Actividad adaptada para maestra de señas



Actividad adaptada.



Explicación de colores institucionales.

Capacitación centro educativo Huhuetenango: Fotos por Diana Bonilla



Inicio de capacitación



Actividad adaptada.



Actividad adaptada.



Compartiendo su compromiso.

Capacitación centro educativo de Quetzaltenango: Fotos por Diana Bonilla



Realización de dinámica



Impartiendo los contenidos



Dando a conocer los colores institucionales.



Epesista en curso

Capítulo IV

Evaluación Plan de Comunicación FUNDAL

4.1 Control, Seguimiento y Evaluación

4.1 Control, seguimiento y evaluación

Informe de acciones:

Acción 1: Establecer un slogan breve que abarque la esencia de FUNDAL.

Se logró establecer un método para la elaboración de un slogan corto que encerrara la esencia de FUNDAL. Este constó en elaborar una lluvia de ideas entre todo el personal de la institución, incluyendo los centros de Huehuetenango y Quetzaltenango.

El resultado de la lluvia de ideas no fue positivo, por lo que se prosiguió a elaborar otra lluvia de ideas, esta vez participando únicamente la epesista en curso. Se logró estipular un slogan, que luego fue cambiado por la Gerente General y la Gerente de Comunicación.

El proceso de concretar un slogan tardó seis semanas comprendidas las cuatro de mayo y las dos primeras de junio, quedando como slogan la siguiente frase: *“Por un mundo más humano.”* Se verificó que no estuviese ya registrado y actualmente está en proceso de registro.

Acción 2: Proporcionar identidad visual al exterior del edificio de FUNDAL por medio de las vallas ubicadas en el muro perimetral de FUNDAL.

Se realizó un cambio de imagen junto con el slogan nuevo de FUNDAL, por lo que las tres vallas ubicadas en el muro perimetral de la institución fueron cambiadas. Proceso que fue pospuesto varias semanas debido a la dilatación de colocar un nuevo slogan.

Al final se logró el cambio de imagen en la semana comprendida del 30 de junio al 4 de julio, y con ello la colocación de vallas más simples y gráficas. Es importante resaltar la utilización del nuevo slogan en ellas.

Acción 3: Realizar un mural o grafiti en el muro perimetral de FUNDAL.

Esta acción tomó del 13 de mayo al 18 de julio del presente año. Fue la acción que tomó más tiempo, pues se debió gestionar la donación de los materiales para preparar el muro, el sellador, la pintura, las herramientas para aplicar la pintura y el trabajo de los artistas. La gestión de donación de talento artístico fue lo más difícil de conseguir, tardando del 20 de mayo al 13 de junio del presente año.

Primero, se contactó a dos artistas por medio de redes sociales, ellos acudieron a la institución para conocerla y profundizar sobre la sordoceguera. José “Shamk” y Emmanuel “Pulido” aceptaron donar su talento y se les solicitó un borrador para asegurar que lo que se plasmara en la pared fuese la esencia de FUNDAL.

Una vez aprobado el boceto, se dilató un poco la preparación del muro, ya que por estar hecho de blockón (material que absorbe muy rápido la pintura) debía arreglarse colocando una capa de agua con cemento para que no absorbiera el sellador. También se debió tapar los agujeros que tenía el muro en la parte de arriba con cemento. Este proceso tardó 4 días en concretarse.

Luego, se gestionó la pintura con Grupo Solid y Paleta, quienes donaron el sellador, la pintura de fondo y de colores solicitada por los artistas y los materiales para la aplicación de la pintura. Se aplicó el sellador por dentro y por fuera del muro, luego se realizó el fondeado de color Aqua Intenso y los artistas procedieron a pintar sobre el muro el boceto que fue aprobado por la Gerente de Comunicación. El mural fue realizado del 18 al 20 de julio del presente año.

Acción 4: Colocar el logotipo de FUNDAL elaborado con material pvc en la pared que contiene la puerta de entrada al edificio, pues dicha pared puede ser apreciada desde la avenida principal.

Para dicha acción se gestionaron bumperstickers de 2 metros y medio por 3 metros. Luego de tres semanas de espera, se logró conseguir el material pvc para colocarlo de base y poder colocarlo en la pared de la entrada del edificio de la institución. Dicho rótulo fue instalado en la semana comprendida del 30 de junio al 4 de julio del presente año junto con las vallas.

Acción 5: Instruir a los trabajadores, colaboradores y voluntarios de FUNDAL de la Ciudad de Guatemala, Quetzaltenango y Huehuetenango con respecto de la identidad visual de FUNDAL, para crear un sentido de pertenencia y este sea exteriorizado por ellos.

Luego de haber realizado todos los cambios de imagen institucional propuestos por la epesista en curso, se procedió a implementar la última propuesta de la estrategia a realizar.

Se inició el 30 de junio al 4 de julio con la investigación de los colores institucionales, logo, logotipo y slogan, así como también la estipulación del contenido de la capacitación a impartir.

Del 7 al 11 de julio se creó la presentación y el material; se esperó por la aprobación de esta, debiendo modificar ciertos aspectos en las dinámicas dentro de la presentación, pues algunas dinámicas estaban pensadas para oyentes, sin tomar en cuenta que en cada centro educativo hay una persona sorda. Se solucionó el problema y se procedió a impartir la capacitación.

El 11 de julio se impartió la capacitación en el centro educativo de Guatemala a veintiún colaboradores. El jueves veinticuatro se viajó a Xela para que el día viernes veinticinco se viajara a Huehuetenango. Se salió a las 5 de la mañana para impartir la capacitación en Huehuetenango a las 7 de la mañana.

Estuvieron presentes 7 colaboradoras del centro educativo. Luego se regresó a las 9 de la mañana para estar en Quetzaltenango a las 11 de la mañana e impartir la capacitación a dicha hora. En Quetzaltenango estuvieron presentes 13 colaboradores y 1 practicante.

Se notó una respuesta muy positiva de parte de los tres centros educativos, también una mejora notable del conocimiento de imagen institucional de la fundación.

Con esta acción dio por concluido el Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) de la Escuela de Ciencias de la Comunicación realizado por Gabriela María Román Paz el día 25 de julio del año 2014. Realizando así, todas las acciones previstas, sin dejar ninguna descartada o en proceso.

Indicadores de ejecución

Grado de avance: representa el nivel de ejecución de la acción, este será calificado por la Directora de Comunicación con una ponderación de 1 a 5 siendo los siguientes sus valores:

- 1: en etapa de análisis
- 2: en progreso de iniciación
- 3: ejecutada con avance medio
- 4: ejecutada con alto avance
- 5: implementada
- 0: no iniciada

Grado de ejecución: este se mide sumando las acciones en progreso (con valores 2 y 3) y las acciones ejecutadas (con valores 4 y 5) sobre el total de acciones que se encuentran en el plan estratégico.

Grado de eficacia: este servirá para realizar una evaluación final del plan. Este se calcula sumando las acciones realizadas con niveles 4 y 5 sobre el total de acciones del plan, de esa forma si el resultado oscila entre un nivel 4 o 5 puede darse por entendido que la implementación del plan fue un éxito.

Acción	Grado de Avance	Grado de Ejecución	Grado de Eficacia
Slogan	5	25/5	25/5
Vallas	5		
Mural/grafiti	5		
Logotipo pvc	5		
Capacitación a los 3 centros educativos.	5		
Total	25	5	5

Lista de acciones ya efectuadas de la estrategia a implementar

Para llevar un mejor control de la estrategia y las acciones que la epesista implementará, se solicita a la encargada llenar la siguiente lista de acciones efectuadas.

Marque con una X las acciones que fueron ejecutadas.

- **Estrategia:** Resaltar la imagen de FUNDAL a través del fortalecimiento de su identidad visual.

Acción

- Establecer un slogan breve que abarque la esencia de FUNDAL.
- Proporcionar identidad visual al exterior del edificio de FUNDAL por medio de las vallas ubicadas en el muro perimetral de la institución.
- Realizar un mural o grafiti en el muro perimetral de FUNDAL.
- Colocar el logotipo de FUNDAL elaborado con material pvc.
- Instruir a las y los trabajadores, colaboradores y voluntarios de FUNDAL de la Ciudad de Guatemala, Quetzaltenango y Huehuetenango.

CONCLUSIONES

1. El resultado del Ejercicio Profesional Supervisado realizado por la epesista en curso fue satisfactorio para la Fundación Guatemalteca para Niños con Sordoceguera Alex. Razón por la cual la institución queda totalmente agradecida con la Escuela de Ciencias de la Comunicación por la alianza realizada durante un período de seis meses.
2. Se estableció que existe una inadecuada planificación comunicacional dentro de la institución como resultado del análisis de la encuesta a colaboradores y de las entrevistas a la Gerente General y Gerente de Comunicación de FUNDAL, lo cual crea conflictos en pequeñas proporciones; que pueden tener una solución viable y rápida, pero que con una correcta planificación pueden evitarse.
3. Después de realizar el plan puede confirmarse que la comunicación interna y externa de la institución puede mejorar aplicando las estrategias correspondientes, llevando un buen control y realizando una evaluación pertinente.
4. Se puede concluir, respecto a la estrategia implementada y sus acciones concernientes, que fueron un éxito para la institución, proporcionando una identidad visual apropiada y precisa, tanto interna como externa. Así también se logró la correcta utilización de los colores institucionales, slogan, logo y logotipo para su exposición al público. Con ello también se consiguió que los colaboradores y voluntarios se identificaran con la nueva identidad visual.
5. En la evaluación y control se pudo inferir que la estrategia fue implementada con éxito y sin dejar en proceso o inconclusa alguna acción estipulada. Aunque algunas acciones que se plantearon originalmente fueron cambiadas por razones de presupuesto.

RECOMENDACIONES

A la Escuela de Ciencias de la Comunicación:

1. Estipular un modelo de Ejercicio Profesional Supervisado en físico, que sea un ejemplo a seguir para futuros coordinadores del área y/o coordinadores de EPS en otras Escuelas y Facultades de la Universidad de San Carlos de Guatemala, así como de otras universidades.
2. Crear alianzas con diferentes empresas y/o instituciones que acepten la instancia de practicantes del área de comunicación para lograr una base de datos anual y así poder referir a futuros epeistas que no posean un lugar en donde ejercer sus prácticas.
3. Planificar una estrategia de comunicación que presente el Ejercicio Profesional Supervisado como una opción para obtener el grado de Licenciatura en Comunicación y exponerlo dentro de las instalaciones de la Escuela de la Comunicación en el mes de noviembre de cada año para que estudiantes tomen en cuenta esta opción.
4. Tomar en cuenta las estrategias elaboradas con éxito para su documentación, exposición y propagación dentro de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, a manera de incentivo para futuros epeistas e imagen positiva para la ECC.
5. Tomar en cuenta los que presupuestos otorgados a cada epeista pueden variar con forme el tiempo y esto puede modificar o cambiar totalmente una acción propuesta dentro de una estrategia, por lo que la ponderación debe basarse en la acción modificada o cambiada al momento de ser implementada.

A la Fundación Guatemalteca para Niños con Sordoceguera Alex (FUNDAL):

1. Extender una carta que estipule el contenido y conformidad con el trabajo elaborado por la epesista en curso para dar un respaldo a la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la USAC e incentivar a otras instituciones a que abran sus puertas para futuros epesistas de dicha institución académica.
2. Planificar de forma anual la comunicación de la institución para disminuir los problemas comunicacionales internos y externos de esta; así también, poder llevar un control adecuado en la comunicación que se maneja en FUNDAL y poder generar comunicación más efectiva, eficaz y acertada.
3. Estipular estrategias y acciones pertinentes que permitan una mejor comunicación dentro y fuera de la institución. Dichas estrategias y acciones deberán ser controladas y evaluadas a discreción del equipo de comunicación, conforme la necesidad de tiempo de evaluación de cada estrategia.
4. Continuar con la labor de mantener al público objetivo, colaboradores y voluntarios de la institución al tanto de la identidad visual que ahora se maneja, para seguir alentando el sentimiento de pertenencia y lograr un mejor posicionamiento de marca.
5. Tomar en cuenta que un plan puede ser flexible y acomodarse a las necesidades y a los cambios de presupuesto de la institución, por lo que si una acción o estrategia no puede proceder, puede modificarse o cambiarse para su efectiva implementación.

BIBLIOGRAFÍA

- Piloña Ortiz, Gabriel Alfredo (2010). **“Métodos y Técnicas de Investigación Documental y de Campo”**. Editorial GP Editores. Guatemala.

ELECTROGRAFÍA

- Charles, Mercedes (1991) **“El Diagnóstico de Comunicación: Gestor del Cambio”**, consultado en:
https://attachment.fbsbx.com/file_download.php?id=705817976119052&eid=ASvCb77c_ywElt7AsyiblZaseLjuzD62Q4c5odhqYeMlgE9xf9qo-52uNgshfgLRNus&inline=1&ext=1393794577&hash=AStcTARGcXkvdYvb
- CabanasGancedo, Javier. GarijoUreta, Miguel Ángel **“Diagnóstico de Comunicación Interna y Plan de comunicación: Instrumentos de participación en el proceso de cambio”**. Experiencia de la UPAEP (Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla), consultado en:
https://attachment.fbsbx.com/file_download.php?id=534136823360960&eid=ASsdbWns0_B9svlkc0b0YEhqST3p6k7M0wpr-pSBzQ2AM7MbFZI4uFRqf4v98Yzc8NQ&inline=1&ext=1393793973&hash=ASs9zwtdd_Q01gr6
- Bernal Tamayo , Melissa **“Diagnóstico de Comunicaciones Fondo de Empleados Grupo Éxito Presente”**, Tesis Comunicación y Periodismo. Corporación Universitaria lasallista, Facultad de ciencias sociales y educación, Caldas, Antioquia,2011. Consultado en:
https://attachment.fbsbx.com/file_download.php?id=757946910897112&eid=ASu1JE944T2NdAHC0vOEO8GGPFuRRW5oaLztWUJF38FxK161SX0eCvK94gSlh8LDxJw&inline=1&ext=1393794803&hash=ASvklkc301uKyLWb
- <http://www.fundal.org.gt/historia.html>
- <http://www.fundal.org.gt/visioacuten-y-misioacuten.html>

ANEXOS

Transcripción de entrevistas



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



Nombre: Helen de Bonilla

Cargo que desempeña en la institución: Directora General de FUNDAL

I 1. ¿De qué manera da a conocer la información al personal de FUNDAL?

- *La información directa para el equipo de trabajadores se hace por varios medios, uno es directo que compete a una sola persona o departamento, la otra cuando es para todos los colaboradores se utiliza el correo electrónico si fuera más trascendental que todos tienen que estar enterados si o si, se convoca a una reunión y hay algunas personas que usa Skype para poder contactarse con las personas de oficina. Otra manera que utilizamos también es poner algún tipo de letrero en el afiche para que se enteren cuando es información cuando no necesariamente es algo urgente.*

I 2. ¿La comunicación de FUNDAL se da de forma jerárquica?

- *No necesariamente, a menos que sean temas importantes, como una urgencia o emergencia y algunas recomendaciones específicas por algunas personas que no estén cumpliendo con lo que deben de cumplir en el momento que deben, entonces si se hace de manera jerárquica para respetar precisamente la autoridad de cada uno.*

I 3. ¿Cuál es el sistema de comunicación interna que más se utiliza en la institución y por qué?

- *Creo que el correo electrónico es el que más se utiliza pero tiene la limitante que si algunas personas no chequean el correo en ese momento tal vez no pueda llegar como requiere y la otra cosa es cuando tenemos reuniones en donde a todo el equipo se contacta y estamos dando información. Estas reuniones las estamos realizando los viernes de 12 a 1 PM. Tiene varias secciones, una es informativa, de alguna actividad importante, la otra es formativa donde vamos a recibir una capacitación breve de algo y la otra es recreativa en donde estamos divididos por grupos y cada uno hace una dinámica con todos que permita que tengamos un momento de relax.*

I 4. ¿Se realizan reuniones informativas para el personal de FUNDAL? Si su respuesta es sí ¿Con qué frecuencia?

- *Hay diferentes tipos de reuniones. Las reuniones de tipo contable yo las realizo mínimo una o dos veces por semana de acuerdo a las necesidades de las actividades, si solo es administrativo lo hago con Auri y con el personal que esté involucrado en las actividades.*

I 5. ¿De qué maneras se comunican con los centros de estudio departamentales y con qué frecuencia?

- *Esa comunicación va directamente de la contadora si es algo relacionado a la caja chica y a los pagos de funcionamiento, si es algo educativo se hace por correo electrónico, si es urgente por teléfono, por Skype también se comunican mandándole información a través de documento que se elaboran para algunas cosas que se requieran. Si es de recursos humanos es talento humano. Si es algo de cosas contables me encargo yo pues implican eventos.*

I 6. ¿Se toman en cuenta las opiniones y sugerencias del personal de FUNDAL? Si la respuesta es sí ¿De qué manera?

- *Si, se toman en cuenta. Dependiendo de las opiniones y de si esa opinión va a servir para bien de todos. Pueden hacer recomendaciones para algo que no se pueda modificar, eso no se atiende, tienen que ser las que van para mejora de todo el grupo. Generalmente somos muy abiertos y se trata de mejorar. Siempre se trata de encontrar un punto de equilibrio entre los padres y la fundación. Si es en relación a cambios que afecten a los niños, no se toca.*

E 7. ¿Se ha realizado anteriormente publicidad para FUNDAL? De ser así, ¿podría describir en qué medios de comunicación y cuál es el mensaje que se ha emitido?

- *Si, desde que comenzamos. La primera comunicación hacia fuera fue un documental de Alex incitando a todos los padres con situaciones similares a unirse, luego un reportaje de Revista D, revista Selecciones y luego salieron muchos reportajes en otras revistas, radio y televisión. Hace 5 años ya comenzamos a tener comunicación pagada, pero siempre y cuando tengamos un objetivo en común con las organizaciones internacionales, en ese caso sería sobre los derechos.*

E 8. ¿Se han realizado cambios en la imagen de FUNDAL (logo, slogan y/o colores institucionales) desde su fundación? De ser así ¿cuántas veces y con qué frecuencia se han realizado?

- *La primera imagen de FUNDAL fue la rifa de un carro, iba todo en fondo negro, pero después pensamos que el negro no era el mejor color para anunciar algo de niños, allí surgieron varios colores: el amarillo, el verde y el naranja; ese cambio surgió hace como 5 años. Tuvimos una mente de manejar diferentes tonos y luego utilizamos un*

fondo blanco, luego utilizábamos mucho color y lo que nos daban nos parecía bien. Un voluntario de Brasil nos dejó un manual de colores institucionales con la paleta del panthone, esta persona fue muy exigente con esto y así establecimos los colores. Con esto también surge lo de la carita, el logo era una carita cerrada totalmente pero se parecía mucho a la carita feliz, con excepción que la nuestra no tiene ojos que es lo que nos diferencia, y el que nos hizo el diseño nos sugirió que la hiciéramos como un pincel como que un niño lo pinta y que no cerrara la carita; así fue como ya se registró la carita como logo.

E 9. ¿Qué aspecto comunicacional piensa usted que debe reforzarse en FUNDAL?

- *El aspecto institucional, lo que hace que la gente sepa quiénes somos y donde estamos, es el logo que se tiene que respetar y los colores que los utilicemos siempre y que sean los mismos, que siempre nos identifique, tener algo que nos identifique siempre en cualquier actividad con las personas. Algo también que me parece importantísimo es tener nuestro rotulo allá afuera, nuestras vallas para que la gente sepa en donde estamos y no solo en Guatemala, sino también en Quetzaltenango y Huehuetenango para que sea más visible. Y la otra cosa es por mucho tiempo usamos el slogan “no vemos ni oímos, pero sentimos y aprendemos” que representa a los niños y niñas con sordoceguera, el sentimos es que todas las personas en general sentimos, pero es muy largo.*



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



Nombre: Diana Bonilla

Cargo que desempeña en la institución: Directora de Comunicación

I 1. ¿De qué manera da a conocer la información al personal de FUNDAL?

- *Una de las formas que más se disfruta dentro de FUNDAL es la comunicación cara a cara, nos reunimos todos los viernes al mediodía para platicar sobre noticias y acontecimientos. Con temas más específicos de trabajo utilizamos el correo electrónico, también el Skype es algo que nos funciona de maravilla y es muy práctico para conectarnos con sedes regionales y nos sirve para realizar videoconferencias cuando no tenemos los recursos o el tiempo para viajar.*

I 2. ¿La comunicación de FUNDAL se da de forma jerárquica?

- *La persona que comunica información importante es la que está a cargo de un equipo y estas personas reportan a dirección general, una vez esté la dirección enterada entonces se manda la información al equipo con copia a la dirección. La misma gerencia valida con la directora general y lo desciende. En mi caso, el área de comunicación lo mando yo y asigno a cada área el apoyo que necesito. Cuando tú solicitas algo siempre se lo haces saber a la gerencia para que esté enterada, cuando es algo específico ya solo pido favor de que el encargado lo comunique.*

I 3. ¿Cuál es el sistema de comunicación interna que más se utiliza en la institución y por qué?

- *Me atrevería a decir que el correo electrónico. Es importante como para dejar algo por escrito, pero se combina con otras formas.*

I 4. ¿Se realizan reuniones informativas para el personal de FUNDAL? Si su respuesta es sí ¿Con qué frecuencia?

- *Sí, tratamos en la medida de lo posible hacer reuniones con el equipo para transmitir la información, es importante la comunicación cara a cara. Recuperamos la costumbre de reunirnos todos los viernes al mediodía para hablar con todo el equipo.*

I 5. ¿De qué maneras se comunican con los centros de estudio departamentales y con qué frecuencia?

- *Depende del puesto, porque tenemos relación diferentes áreas, por ejemplo el área contable se comunica con las directoras para ver las necesidades que tienen y los materiales que necesitan. Pero yo me atrevería a decir que por lo menos nos estamos comunicando por lo menos 2 veces a la semana.*

I 6. ¿Se toman en cuenta las opiniones y sugerencias del personal de FUNDAL? Si la respuesta es sí ¿De qué manera?

- *Sí, la verdad es que voy a reconocer que tenemos mucha apertura para algunas propuestas, la personalidad de FUNDAL es muy dinámica, aquí si algo no funciona se cambia si hay algo que se puede ignorar se ignora. De alguna manera se equilibra un poco con las personalidades del equipo, porque por ejemplo tengo más afinidad con el estilo de renovar y cambiar pero también lo combino con el estilo de Carmen Lucía que es más estructural, que hay que probar algo antes de cambiarlo. Definitivamente sí se toman en cuenta las opiniones de los padres de familia, voluntarios y trabajadores. Tenemos un buzón de sugerencias como sistema. También una encuesta de satisfacción de los padres de familia y la apertura de todos los colaboradores, pues la atmósfera se presta para hablar porque no tenemos una postura rígida.*

E 7. ¿Se ha realizado anteriormente publicidad para FUNDAL? De ser así, ¿podría describir en qué medios de comunicación y cuál es el mensaje que se ha emitido?

- *Sí en marzo del 98 se realizó la primera conferencia de prensa para presentar FUNDAL. también se realizaron volantes dando la información de FUNDAL para que padres de familia y se entregaron en hospitales y otras instituciones para que llevaran a sus hijos con esta necesidad. También la voz a voz de las madres que traían a sus hijos y conocían a otras mamás con hijos con sordoceguera corrían la bola. Pero creo que el primer evento así masivo que permitió dar a conocer FUNDAL fue la rifa de un carro, con un tiraje de 75,000 números y en cada uno de ellos estaba impreso la información de FUNDAL. actualmente manejamos aún os volantes en eventos masivos cuando tenemos un stand en ese evento y los hay también en inglés y español para alcanzar otros públicos.*

E 8. ¿Se han realizado cambios en la imagen de FUNDAL (logo, slogan y/o colores institucionales) desde su fundación? De ser así ¿cuántas veces y con qué frecuencia se han realizado?

- *De hecho desde el principio el nombre de Alex lo utilizamos como acróstico, y el logo era una imagen prediseñada de Word, que eran dos manos una jalando a otra. Luego se ideó otro logo que eran como cuatro manitas de colores y luego a través de Álvaro Gámez de Impact publicidad que se ideó un logo y el logo original era una carita cerrada sólo con una sonrisa pero cuando se llegó a patentar no permitían una happyface como tal, así se modificó con un brochazo para que no fuera cerrada, siempre manteniendo la carita sin ojos ni oídos. Luego Carlos Hernández de*

LaGencia, se tomó el tiempo de mejorar la simetría del logo, pues al inicio estaba en el centro de las letras de FUNDAL y él se tomó el tiempo de mejorar la carita para que se aprecie mejor. Con el tema del slogan, el primero fue no vemos ni oímos, pero sentimos y aprendemos, el problema con este es que es largo. Tu apoyo nos hace sonreír fue propuesto por una epesista de la Landívar, pero ya analizándolo a la luz con el tema de los derechos tu apoyo es como tú abajo y yo arriba y si no nos apoyas no sonrío. Entonces como que hay que analizarlo todo.

E 9. ¿Qué aspecto comunicacional piensa usted que debe reforzarse en FUNDAL?

- *La planificación, tener una línea de un mensaje y tener ya determinadas las acciones que se van a llevar a cabo porque aquí es mucho de ir con la actividad, hay que comunicar, hay que promocionar. Si nos ha hecho falta esa programación, esa línea de un mensaje y acciones concretas, con qué frecuencia para organizar la comunicación.*

Modelo de la Encuesta



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



La siguiente encuesta es elaborada con el fin de realizar un diagnóstico de comunicación de FUNDAL, para luego realizar una estrategia comunicacional y mejorar así aspectos de comunicación.

Instrucciones: marcar la casilla que crea representa mejor su respuesta. Únicamente puede marcar una casilla por pregunta.

Puesto: Trabajador Voluntario Colaborador

1. ¿De qué forma se entera de la información que circula dentro de FUNDAL?

Por reuniones por boletines
o carteleras por compañeros

2. ¿Cuántas reuniones al mes se tienen dentro de la institución?

De 1 a 3 de 4 a 6 ninguna

3. ¿Cuál de estas formas de comunicación es la más utilizada para transmitir información dentro de la institución?

Reuniones vía escrita por correo electrónico
y/o redes sociales

4. ¿Se siente a gusto con la forma de comunicación dentro de la institución?

Sí No a veces

5. ¿Cómo se enteró de FUNDAL?

Por un amigo(a) Internet /redes sociales Por medios de
comunicación

6. ¿Piensa que la imagen de FUNDAL es conocida por la sociedad guatemalteca?

Sí

No

Muy poco

7. ¿Sabe cuál es el slogan de FUNDAL?

Sí

No

Si su respuesta fue Sí, podría escribirlo: _____

8. ¿Piensa que los colores que representan a FUNDAL están acorde con la función de la institución?

Sí

No

9. Cuando comenta de FUNDAL a otras personas, la reacción de ella es:

Preguntar qué es FUNDAL

Han escuchado de FUNDAL, pero no saben lo que es

Saben perfectamente qué es FUNDAL

- Muchas gracias por su colaboración -

Matriz o vaciado

1. ¿De qué forma se entera de la información que circula dentro de FUNDAL?				
Por reuniones	boletines o carteleras	por compañeros	total	
18	1	2	21	
85.71	4.76	9.52	100.00	
2. ¿Cuántas reuniones al mes se tienen dentro de la institución?				
de 1 a 3	de 4 a 5	ninguna	total	
6	15	0	21	
28.57	71.43	0.00	100.00	
3. ¿Cuál de estas formas de comunicación es la más utilizada para transmitir información dentro de la institución?				
Reuniones	vía escrita	por correo electrónico y/o redes sociales	total	
13	1	7	21	
61.90	4.76	33.33	100.00	
4. ¿Se siente a gusto con la forma de comunicación dentro de la institución?				
si	no	a veces	total	
16	0	5	21	
76.19	0.00	23.81	100.00	
5. ¿Cómo se enteró de FUNDAL?				
Por un amigo(a)	Internet /redes sociales	Por medios de comunicación	otros	total
14	1	2	4	21
66.67	4.76	9.52	19.05	100.00
6. ¿Piensa que la imagen de FUNDAL es conocida por la sociedad guatemalteca?				
Sí	no	muy poco	total	
0	1	20	21	
0	4.76	95.24	100	
7. ¿Sabe cuál es el slogan de FUNDAL?				
Sí	no	total		
15	6	21		
71.43	28.57	100.00		
8. ¿Piensa que los colores que representan a FUNDAL están acorde con la función de la institución?				
Sí	no	total		
17	4	21		
80.95	19.05	100.00		
9. Cuando comenta de FUNDAL a otras personas, la reacción de ella es:				
Preguntar qué es FUNDAL			13	61.90
Han escuchado de FUNDAL, pero no saben lo que es			8	38.10
Saben perfectamente qué es FUNDAL			0	0.00
total			21	100.00

Fotografías por Gabriela Román



Muro y vallas exteriores de FUNDAL



Cambios recientes en la imagen de FUNDAL