

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

**TEMA:**  
**Sistematización e Implementación de Comunicación Externa e Identidad  
Visual en la Oficina Regional del Fondo de Tierras de Quetzaltenango**

Gustavo Gordillo Granados

LICENCIADO 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:**  
**Sistematización e Implementación de Comunicación Externa e Identidad Visual en la Oficina Regional del Fondo de Tierras de Quetzaltenango**

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

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

**Gustavo Gordillo Granados**

Previo a optar el título de:

**LICENCIADO 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



## Fondo de Tierras

Acceso a la Tierra  
Base para el Desarrollo Rural

Guatemala, octubre de 2014

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

Respetable M.A. Morataya:

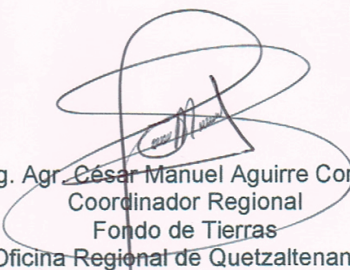
Deseándole que todas sus labores se estén desarrollando con éxito me dirijo a usted.

Por este medio le informo que **Gustavo Gordillo Granados**, con número de carné: **200916678**, estudiante de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, finalizó el Ejercicio Profesional Supervisado en la **Oficina Regional del Fondo de Tierras de Quetzaltenango**, cumpliendo con las trescientas horas (300) de práctica a partir del **5 de mayo al 31 de julio de 2014**. Realizando el proyecto de comunicación **“Sistematización e Implementación de Comunicación Externa e Identidad Visual en la Oficina Regional del Fondo de Tierras de Quetzaltenango”**

Sin otro particular me suscribo de usted.

Atentamente



  
Ing. Agr. César Manuel Aguirre Córdón  
Coordinador Regional  
Fondo de Tierras  
Oficina Regional de Quetzaltenango

II



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

Guatemala, 27 de octubre de 2014

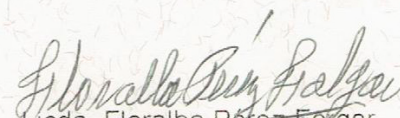
Estudiante  
**Gustavo Gordillo Granados**  
Carné **200916678**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

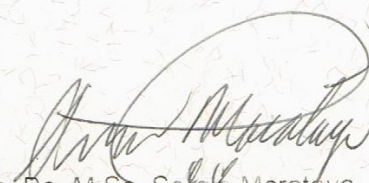
Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final del Proyecto de EPS con título: **"Sistematización e Implementación de Comunicación Externa e Identidad Visual en la Oficina Regional del Fondo de Tierras de Quetzaltenango"**.

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-Forgar  
Supervisora de EPS



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

[www.comunicacionusac.com.gt](http://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 autor es responsable del contenido de este trabajo.

## DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

A mi abue: Porque es el mejor ejemplo de sabiduría que he conocido

A mi vieja: Por todo el amor con que me has dedicado tu tiempo y tu paciencia

A mi viejo: Por soñar con un futuro diferente para mí y heredarme tus ideales

A mi hermana: Por tener la valentía de vivir la vida antes que yo para mostrarme el camino

A la lochita: Cuando tenga 64 seguiré agradeciéndote por llenar mis horas con tu sonrisa

A mis amigos de la U: Por cada momento en que fui feliz, aprendí y crecí con ustedes en este viaje

A la ECC-USAC: Por cambiar mi forma de ver el mundo

Al Fondo de Tierras: Por darme la oportunidad de iniciar mi carrera como comunicador social

## RESUMEN

La sistematización e implementación de Comunicación Externa e Identidad Visual en la Oficina Regional del Fondo de Tierras de Quetzaltenango fue el proyecto de EPS de Gustavo Gordillo.

Para la elaboración del proyecto, se realizó una fase de diagnóstico donde se identificaron las principales necesidades a nivel de comunicación que tenía la Oficina Regional.

Con esta base se elaboró un plan estratégico de comunicación donde se presentaron propuestas para satisfacer las necesidades desde cuatro ejes: Identidad Corporativa, Comunicación Externa, Comunicación Interna y Relaciones Públicas.

Dadas las prioridades de la institución, se establecieron los ejes e Identidad Corporativa y Comunicación Externas como los principales a trabajar. Las estrategias que formaban parte de cada uno se fueron entrelazando de modo que se proyectara el quehacer de la institución desde la Identidad Corporativa.

De esta forma, se pudo establecer primero la identidad visual del Fondo de Tierras, con sus colores, papelería, banners, etc., y luego se apoyó con una estrategia de comunicación externa de elaboración y publicación de informes.

El resultado en el tiempo en que fueron implementadas las estrategias fue evaluado, logrando la publicación de notas de forma sistematizada y bajo principios de comunicación básicos.



# Índice

Índice .....	1
Introducción .....	3
<b>Capítulo I: Diagnóstico</b>	
1.1 Objetivos .....	4
1.2 La Institución .....	5
1.2.1 Antecedentes .....	5
1.2.2 Marco Filosófico .....	8
1.2.3 Organigrama .....	9
1.3 Análisis FODA .....	13
1.3.1 Ficha Descriptiva de la Oficina Regional de Quetzaltenango del Fontierras .....	14
1.3.1.1 Análisis FODA de Comunicación .....	15
1.4 Metodología .....	16
1.4.1 Descripción del Método .....	16
1.4.2 Instrumentos .....	17
1.4.3 Cronograma .....	17
1.5 Recopilación de Datos .....	18
1.5.1 Fichas de Entrevistas .....	18
1.5.2 Resultados de Entrevistas .....	19
1.5.3 Comparación de Resultados .....	21
1.5.4 Resultados y Comparación de Encuestas .....	21
1.6 Radiografía de la Institución .....	27
1.6.1 Comunicación Interna .....	27
1.6.1.1 Infraestructura y Canales de Comunicación .....	27
1.6.2 Comunicación Externa .....	28
1.6.2.1 Campañas Realizadas .....	29
1.6.2.2 Estrategia de Comunicación .....	30
1.6.2.3 Presupuesto de Comunicación .....	31
1.6.3 Representación Gráfica de la Radiografía de la Institución .....	32
<b>Capítulo II: Plan de Comunicación</b>	
2.1 Antecedentes .....	33
2.2 Radiografía de la Institución.....	35
2.3 Objetivos .....	36
2.4 Públicos Objetivo .....	36
2.5 Mensaje .....	39
2.6 Estrategia .....	40
2.7 Planes de Comunicación .....	40
2.7.1 Comunicación Corporativa .....	40
2.7.2 Comunicación Externa .....	46
2.7.3 Comunicación Interna .....	49
2.7.4 Relaciones Públicas .....	51
2.8 Cronograma .....	53
2.9 Presupuesto .....	54

2.10 Control y Seguimiento .....	55
<b>Capítulo III: Presentación de Resultados</b>	
3.1 Fichas de Evaluación .....	58
3.2 Fichas de Control de Asistencia .....	61
3.3 Informe de Actividades .....	74
3.3.1 Plan de Comunicación Corporativa .....	74
3.3.1.1 Implemencación de Identidad Visual .....	75
3.3.1.2 Reproducción e Instalación de Material Impreso “Visión, Misión y Principios” .....	80
3.3.1.3 Instalación del Buzón de Sugerencias .....	85
3.3.1.4 Material Informativo Impreso .....	87
3.3.1.5 Uniformes Para Trabajadores y Trabajadoras .....	89
3.3.2 Plan de Comunicación Externa –Proyecto de EPS– .....	91
3.3.2.1 Creación de Banco de Imágenes .....	91
3.3.2.2 Gestión de Formatos de Diseño .....	92
3.3.2.3 Elaboración del Manual Para Publicación de Notas Informativas .....	93
3.3.2.4 Difusión de Notas Informativas .....	95
<b>Capítulo IV: Evaluación</b>	
4.1 Comunicación Externa –Proyecto de EPS– .....	100
4.2 Identidad Corporativa .....	100
Conclusiones .....	103
Recomendaciones .....	104
A la Escuela de Ciencias de la Comunicación .....	104
Al Fondo de Tierras .....	104
Bibliografía y E-Grafía .....	105
Anexos .....	106
Entrevistas .....	106
Entrevista al Coordinador Regional a.i., William Sánchez .....	106
Entrevista al Director de Comunicación Social y Relaciones Públicas, Brandon Batres .....	108
Hoja de Encuesta .....	108
Fotografías .....	110

## **Introducción**

El trabajo de comunicación social inicia en el trabajo cotidiano de las organizaciones. El presente proyecto de Ejercicio Profesional Supervisado –EPS– retrata el proceso mediante el cual se introduce el trabajo de comunicación social en el quehacer diario de la Oficina Regional del Fondo de Tierras de Quetzaltenango.

El EPS de la Escuela de Ciencias de la Comunicación consistió en cuatro fases que conforman los cuatro capítulos fundamentales de este trabajo: 1. Diagnóstico de comunicación, 2. Elaboración de un plan estratégico de comunicación, 3. Ejecución de una estrategia del plan de comunicación como proyecto de EPS, y 4. Evaluación de resultados.

Estas cuatro fases, son dentro del gran esquema de factores que confluyen en las actividades de la institución, el camino por el cual la institución misma descubre y reconoce las necesidades de comunicación que tiene, resultando en un producto beneficioso que aporta en dos campos: visibiliza el trabajo realizado y genera un impacto en los públicos objetivo a los que quiere dirigirse el Fondo de Tierras.

En la fase de diagnóstico se muestra cómo desde una perspectiva funcionalista se reconoce a nivel intra-institucional que aplicando principios básicos de la comunicación se puede reforzar el cumplimiento de metas que el Fondo de Tierras tiene contempladas en su ruta de reestructuración.

A partir de allí, surge el trabajo comunicacional propiamente dicho, elaborando de acuerdo a las necesidades detectadas, un plan que englobe la comunicación corporativa, externa, interna, y las relaciones públicas. De estas se seleccionó como proyecto de EPS, enfocarse en la estrategia de comunicación externa y a modo de refuerzo, la estrategia de comunicación corporativa.

Al final del camino, este proyecto buscó la satisfacción de una institución que buscó en la comunicación social las herramientas para solucionar situaciones del trabajo cotidiano, de la misma forma en que busca ser una gota de aporte en el inmenso océano de la comunicación aplicada a situaciones reales de las organizaciones.

# Capítulo I: Diagnóstico

Objetivos

La Institución

Análisis Foda

Metodología

Recopilación de Datos

Radiografía de la Institución

# **Capítulo 1: Diagnóstico de Comunicación**

## **Oficina Regional del Fondo de Tierras de Quetzaltenango**

### **1.1 Objetivos**

#### **Objetivo General**

- Determinar de manera descriptiva las necesidades de comunicación a nivel interno y externo de la Oficina Regional del Fondo de Tierras en Quetzaltenango de acuerdo a sus objetivos y plan estratégico institucionales.

#### **Objetivos Específicos**

- Detallar mediante el análisis funcionalista del Fondo de Tierras, la situación actual de la Oficina Regional de Quetzaltenango en cuanto a comunicación social.
- Especificar las necesidades de comunicación contenidas en el Plan Estratégico del Fondo de Tierras
- Describir los procesos comunicacionales intra-institucionales, inter-departamentales y jerárquicos que se dan en la Oficina Regional de Quetzaltenango del Fondo de Tierras.
- Extraer mediante entrevistas, la información pertinente al área de comunicación que se maneja en la institución a nivel departamental.
- Definir el papel que desempeña el Departamento de Comunicación y Relaciones Públicas de la Oficina Regional de Fontierras en Quetzaltenango dentro del contexto de la implementación de la estrategia comunicacional actual.

## **1.2 La Institución**

### **1.2.1 Antecedentes**

La Oficina Regional de Quetzaltenango del Fondo de Tierras, lleva funcionando en la 9ª calle 7ª-19 zona 1 de la cabecera departamental de Quetzaltenango desde marzo del año 2013, siendo la Coordinadora Regional de siete Agencias Municipales de Tierras ubicadas en los municipios de Huehuetenango, Nebaj, Uspantán, Coatepeque, San José La Máquina, Mazatenango y Nueva Concepción.

El Fondo de Tierras (Fontierras) fue creado por el decreto número 24-99 del Congreso de la República de Guatemala para atender la obligación del Estado de “promover el desarrollo económico de la nación, estimulando las actividades agrícolas y pecuarias, así como velar por el mejoramiento del nivel de vida de todos los habitantes del país a través de la adopción de medidas que sean necesarias para la conservación, desarrollo y aprovechamiento sostenible de los recursos naturales en la forma más eficiente”, tal y como se contempla en el artículo 119 de la Constitución Política de la República de Guatemala.

En el artículo 1 del decreto 24-99, se afirma que el fondo de tierras se creó como “(...) una entidad descentralizada del Estado, que tiene competencia y jurisdicción en todo el territorio nacional para el cumplimiento de sus objetivos, y las atribuciones y funciones que le asigna la presente ley. Gozará de autonomía funcional, con personalidad jurídica, patrimonio y recursos propios. Tendrá su domicilio en el Departamento de Guatemala, su sede central en la ciudad de Guatemala y podrá establecer subsedes en cualquier otro lugar del país.” Así mismo, se establecen en el artículo 3 del mencionado decreto (Fontierras, 2013:2), los objetivos de Fontierras, enumerando:

“a. Definir y ejecutar la política pública relacionada con el acceso a la tierra, en coordinación con la política de desarrollo rural del Estado.

b. Administrar los programas de financiamiento público orientados a facilitar de diversas formas el acceso a tierras productivas, a campesinos y campesinas, en forma individual u organizada, sin tierra o con tierra insuficiente.

c. Facilitar el acceso a la tierra en propiedad a campesinos y campesinas en forma individual u organizada a través de mecanismos financieros adecuados, así como el uso de los recursos naturales de dichas tierras, bajo criterios de sostenibilidad económica y ambiental.

d. Promover la accesibilidad de recursos para el financiamiento de la compra de tierras por parte de los grupos beneficiarios, procurando que ésta permita la sostenibilidad financiera del fondo de Tierras y de los proyectos productivos de los beneficiarios.

e. Coordinar con otras instituciones del Estado el desarrollo de inversiones complementarias a las de acceso de tierras, para garantizar la consecución de proyectos integrales de desarrollo agropecuario, forestal e hidrobiológico.

f. Definir la política y promover programas para facilitar el acceso de las mujeres al crédito para la compra de tierras y proyectos productivos relacionados con la misma.”

Tras trece años de existencia, en el año 2012, Fontierras tomó un giro de reestructuración institucional que vino como proyecto de una nueva administración, tal y como se especifica en su *Agenda Estratégica Institucional 2012-2025 Direccionalidad de corto, mediano y largo plazo (2012)*; donde, según los estudios realizados previamente, la institución pasó “(...) 11 años, sin contar con una planificación estratégica que diera direccionalidad a las acciones realizadas, esto provocaba que la modalidad de trabajo se enfocara a atender la demanda generada por requerimiento de las organizaciones beneficiarias de una forma reactiva y no con una visión estratégica y táctica.” (2012:3)

De acuerdo a este mismo estudio, se hizo un análisis de contexto y coyuntura en ese momento histórico, identificando varios de los problemas que habían afectado a la institución, y por consiguiente evitaban que esta cumpliera su función de regular las tierras del Estado. Estos problemas se muestran de diversa índole, como inter-instituciones del sector agrario, legislativos y burocráticos. Estos problemas eventualmente repercutieron en la reputación de Fontierras, por lo que en aquella

situación específica, se le percibía como un ente con desgastada credibilidad institucional.

A partir de allí, se identifica una de las necesidades básicas que derivarían posteriormente en su reestructuración: “(...) se requiere la construcción de una institucionalidad que desarrolle sus intervenciones cuidando de no caer en el activismo, sino más bien enfocándose a lo importante y a lo estratégico, lo cual contribuirá al posicionamiento del Fondo de Tierras ante los beneficiarios y la sociedad guatemalteca en general.” (Fontierras 2012:9)

Como parte de los estudios de diagnóstico previo, se elaboró un diagnóstico reputacional, el cual abarcó “una muestra de diversas exposiciones en medios y redes sociales, desde el periodo del trimestre vinal del 2011 hasta los últimos cuatro meses de 2012.” (Fontierras 2012:25) Para dicho análisis, se segmentaron las notas por su carácter cuantitativo o cualitativo; así como por el medio de comunicación en el que fueron publicadas: radio, televisión, medios impresos y web; y por su exposición positiva, negativa o neutra.

De este estudio, se hicieron visibles los puntos clave de evaluación perceptual de la institución, los cuales pueden ser resumidos de como se encuentran en el texto original, de la siguiente manera:

- Fontierras poseía un margen de exposición mediática bajo, respecto del promedio de las instituciones del sector público. (0.14 contra 4.7)
- Únicamente el 6% de lo que se hablaba de Fontierras provenía de la propia institución.
- Fontierras recibía 1.5 veces más comunicación derivada de terceros, también llamados audiencias.
- Las audiencias que más generaba opinión sobre Fontierras eran en orden descendente: organizaciones campesinas, periodistas y gobierno.
- Fontierras poseía una resistencia en comunicación por 150% (proporción inversa a la exposición mediática)
- La reputación negativa (-20) de Fontierras era formada por terceros, al no producir su propia información y al no controlar sus audiencias.



- Se define como su principal problema a nivel comunicación no una inadecuada o incorrecta exposición, sino más bien una ausencia de comunicación producida por la institución. (Fontierras 2012:25)

De ahí que la estrategia de comunicación que se está implementando actualmente se base en presentar una imagen institucional sólida, con más exposición, pero a la vez planificada y positiva.

En conversaciones durante la etapa de inducción para la elaboración de este diagnóstico, Brandon Batres, el encargado de Comunicación Social y Relaciones Públicas (RRPP) de Fontierras, explicó que una mayor exposición de la institución, significaría un mayor escrutinio por parte de los líderes de opinión.

### **1.2.2 Marco Filosófico**

Tras el análisis coyuntural y contextual realizado entre 2011 y 2012, Fontierras emprendió la reestructuración institucional, con la intención de centrarse más en el servicio que realizaban para sus beneficiarios, y dejar por un lado la simple cuantificación de resultados, tratando cada caso desde su individualidad.

Por otra parte, basándose en su propia base legal, la Ley del Fondo de Tierras, asumió que es “(...) actualmente el único mecanismo que facilita el acceso a la tierra para los campesinos y las campesinas guatemaltecas, en un marco institucional amplio que permite aportar elementos a la discusión nacional sobre la factibilidad de un modelo de acceso a la tierra (...)”; (Fontierras 2012:29) por lo que a nivel institucional determina que su misión es:

“Facilitar el acceso a la tierra y la regularización de tierras del Estado a familias campesinas e indígenas en situación de pobreza, que contribuya al desarrollo rural integral y sostenible de comunidades agrarias”

Es importante resaltar, que para Fontierras (2012:30), el término *comunidades agrarias* se entiende como “una agrupación de personas que habitan un espacio geográfico delimitado, dedicadas a actividades agropecuarias, hidrobiológicas y forestales (...) operando redes de comunicación e intereses así como el apoyo mutuo, con el propósito de alcanzar determinados objetivos, satisfacer necesidades,

resolver problemas o desempeñar funciones sociales importantes a nivel comunitario y local”

De ahí que su visión, se plasme como:

“Comunidades agrarias sostenibles viven con dignidad”

Para regir sus principios filosóficos institucionales, Fontierras se basa en tres principios fundamentales, que aplicados como valores, pretenden ser parte esencial para el cumplimiento del Plan Estratégico Institucional, siendo los siguientes:

Equidad: entendida dentro del plan estratégico como la inclusión de todos los actores de su población objetivo, para que se dé igual oportunidad a todos y todas.

Transparencia: entendida dentro del plan estratégico como el manejo financiero y de procesos de forma tan apegada a la ley, que el acceso a la información del mismo sea accesible a la población en general para su revisión.

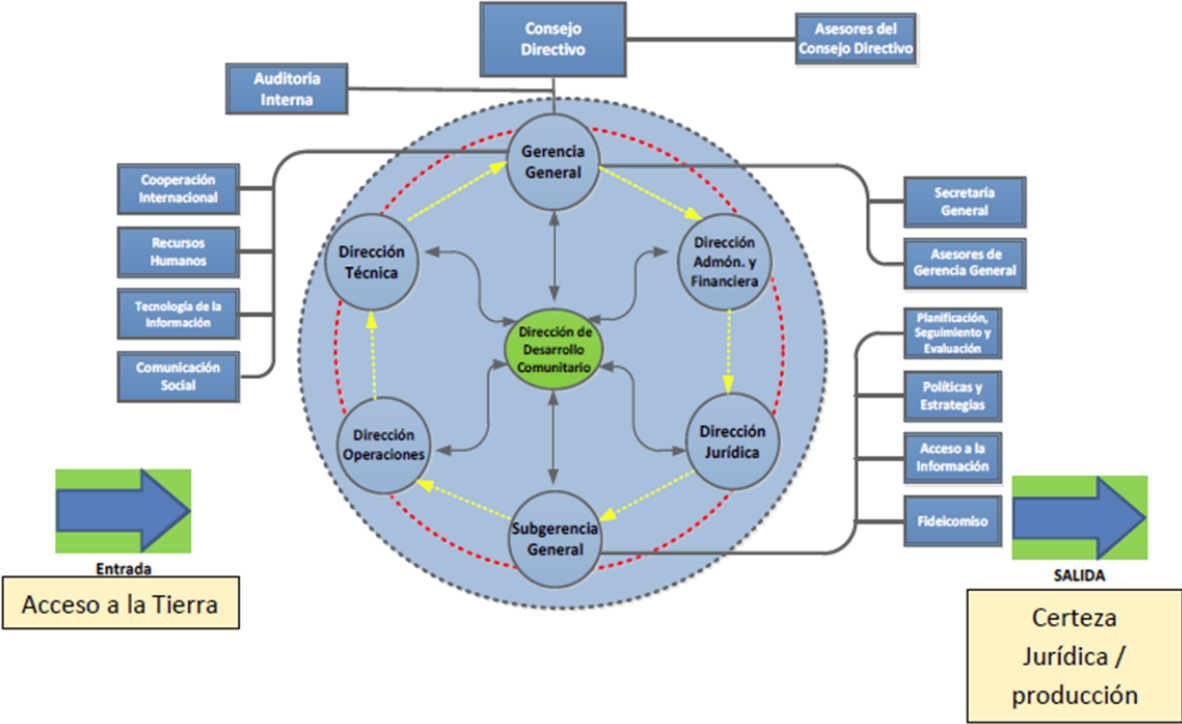
Pertinencia cultural: entendida dentro del plan estratégico como el respeto a las diferentes expresiones culturales que Fontierras practica para prestar sus servicios a los diversos grupos étnicos de Guatemala, con el fin de que estos sirvan para el enriquecimiento de los procesos de la institución.

Justicia social: entendida dentro del plan estratégico como el reparto de la tierra vista desde la perspectiva de un bien social para cada grupo de acuerdo a sus necesidades.

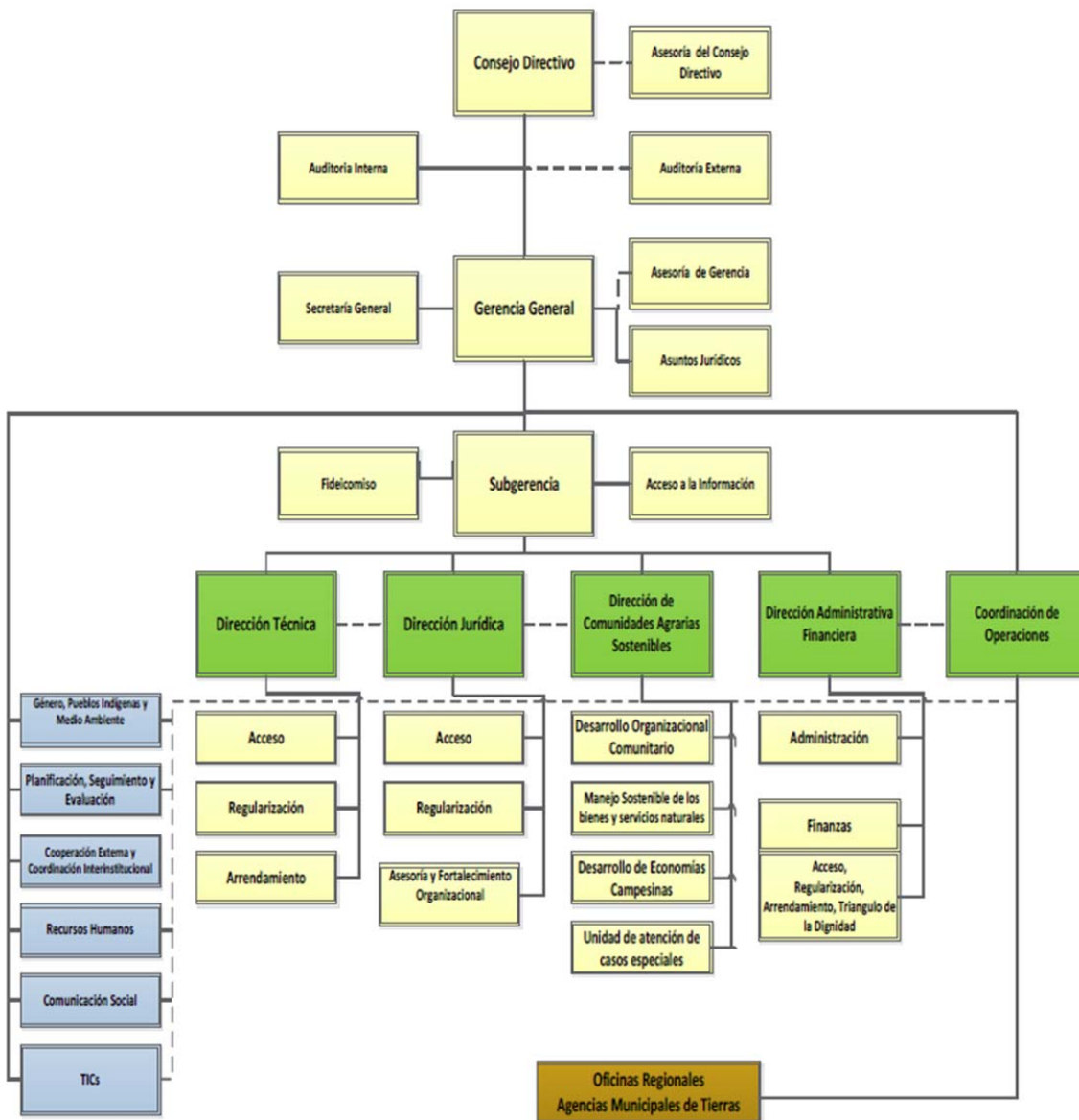
### **1.2.3 Organigrama**

El trabajo del Fontierras se basa en la integralidad de sus departamentos, por lo que en su plan estratégico del 2012 se presenta una estructura básica del proceso. Se toma como punto de partida el acceso a la tierra por parte de los beneficiarios, finalizando en la adjudicación de tierras para la producción agrícola, todo esto guiado bajo el asesoramiento del Fontierras.

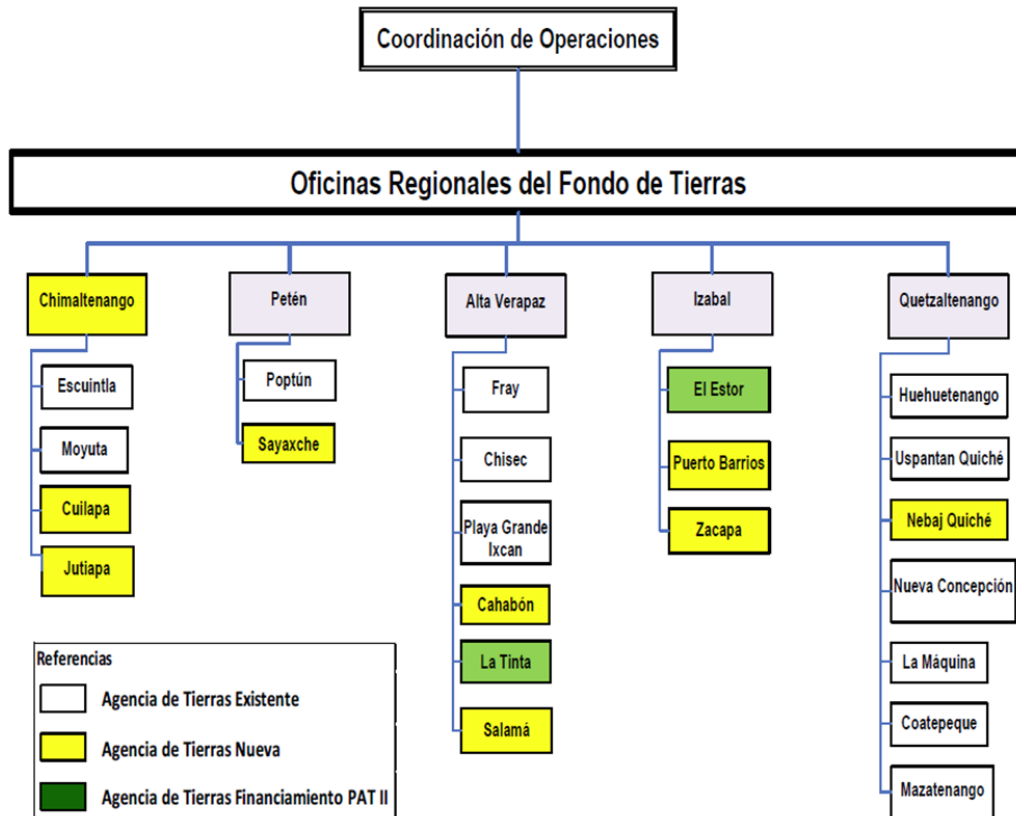
**IMAGINARIO TRANSFUNCIONAL, HOLISTICO Y SISTEMICO DEL FONTIERRAS**



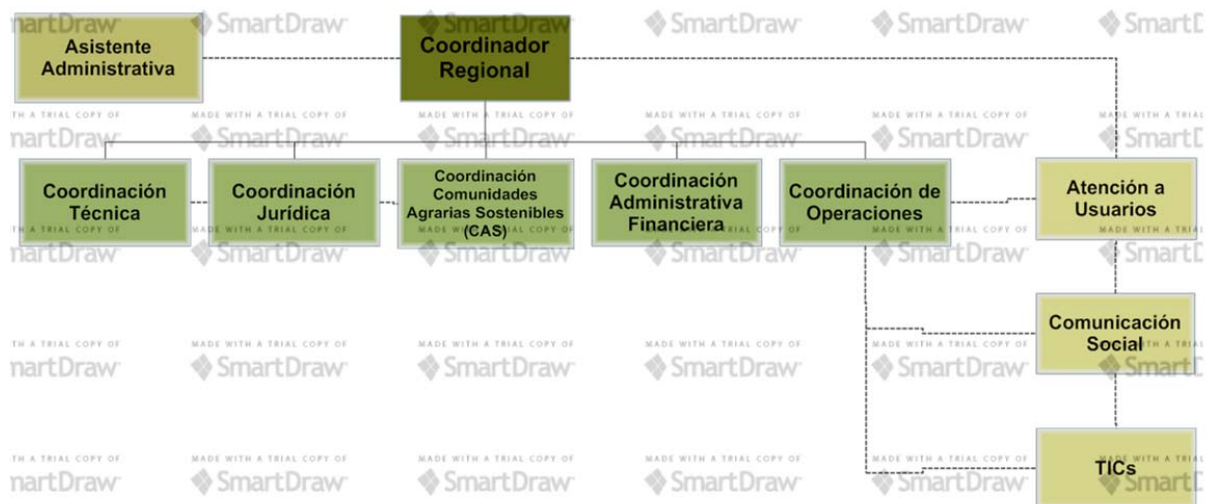
En dicho documento, también se describen las jerarquías de la institución a nivel general:



Respecto a las Oficinas Regionales y Agencias de Tierras en el interior del país, se presenta la forma en que éstas están organizadas, dependiendo directamente de la Coordinación de Operaciones central:



Actualmente, en la Oficina Regional de Quetzaltenango no existe un organigrama a disposición, por lo que para este diagnóstico se elaboró el siguiente, explicando la estructura básica:



## 1.3 Análisis Foda

El análisis Foda del Plan Estratégico fue elaborado como una herramienta que facilitase el diagnóstico realizado en aquel contexto. Dentro de este se hallaron las siguientes fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, transcritas literalmente como se encuentran en el texto original:

No.	LISTADO DE FORTALEZAS
1	Marco Jurídico susceptible de ser mejorado.
2	Cuenta con tres políticas institucionales: La Política para la reestructuración Social de la Deuda; Política para la Reactivación Productiva y Política Institucional de Equidad de Género.
3	Entidad Descentralizada del Estado.
4	Autonomía Funcional.
5	Competencia en todo el territorio nacional.
6	Presupuesto nacional.
7	Cuenta con un Fideicomiso "Fondo de Tierras Acuerdo de Paz"
8	Recurso humano multidisciplinario.
9	Cuenta con 4 programas dirigidos a los beneficiarios: Acceso a la Tierra, Regularización de Tierras del Estado, Arrendamiento de Tierras y Registro de Empresas Campesinas Asociativas.
10	Generación de datos.
No	LISTADO DE DEBILIDADES
1	No ejerce la Autonomía Funcional
2	Desarticulación Funcional
3	No existe un sistema informático institucional integral en línea.
4	Falta de guías u orientaciones prácticas para los usuarios (as) sobre los procesos para acceder a la tierra, arrendamiento y regularización.
5	Resistencia a la utilización de los sistemas informáticos del Fondo de Tierras existentes.
6	Dependencia de presupuestos externos.
7	Débil política de incentivos laborales y salariales.
8	Bajo nivel de en formación y especialización para el personal.
9	Falta de gestión para la transversalización de los Derechos Humanos.
10	Carencia de una cultura de planificación táctica.
11	Falta de infraestructura adecuada para realizar labores.
12	Falta de vehículos, mobiliario y equipo insuficientes para el desarrollo de las actividades.
13	Falta de coordinación intrainstitucional
14	Falta de mecanismos de sistematización para dar a conocer los avances de la institución.

15	Falta de mecanismos para evaluar el impacto sobre la población beneficiaria de los programas del FONTIERRAS.
16	No atender oportunamente la demanda campesina para: Acceso a la Tierra, Asistencia Técnica, Certeza Jurídica de sus propiedades y Créditos para proyectos productivos.
<b>No.</b>	<b>LISTADO DE OPORTUNIDADES</b>
1	Demanda de créditos y regularización de la tierra en forma individual y organizada.
2	Mantener un mercado transparente para la adquisición de tierras
3	Capacidad de negociación con el ejecutivo para la iniciativa de nuevas leyes, reformas a las ya existentes y políticas públicas que manda la ley.
4	Alianza estratégica con actores: interinstitucionales, de la Cooperación Internacional, Organizaciones Campesinas y otras.
5	Capacidad de gestión para un presupuesto coherente con las necesidades de los demandantes del Fondo de Tierras.
6	Integración de FONTIERRAS al Sistema Nacional de Información, INE
7	Levantamiento Catastral del RIC.
<b>No.</b>	<b>LISTADO DE AMENAZAS</b>
1	Conflictividad agraria
2	Deuda agraria.
3	Recorte presupuestario
4	Recursos financieros condicionados a otras instituciones.
5	Excesiva burocracia interinstitucional para el acceso a la tierra.
6	Falta de mecanismos interinstitucionales de coordinación y alianzas.
7	Falta de mercado de tierras
8	Vulnerabilidad de la población campesina por la falta de escolaridad y analfabetismo.
9	Falta de mecanismos de sistematización para dar a conocer los avances de la institución.
10	Grupos de campesinos víctimas de estafa por los mismos integrantes y líderes.
11	Constantes cambios en las aplicaciones electrónicas de instituciones relacionadas.
12	Cambio climático.
13	Inseguridad y violencia.

### **1.3.1 Ficha Descriptiva de la Oficina Regional del Fontierras de Quetzaltenango**

Respecto a la comunicación de la oficina donde se realizó el diagnóstico, se presenta la siguiente ficha descriptiva:

Oficina Regional del Fondo de Tierras, Quetzaltenango

**Función:** Coordinar las funciones del Fontierras para la región Occidente junto con las Agencias de Tierras de Huehuetenango, Santa María Nebaj, Uspantán, Coatepeque, Mazatenango, La Máquina y Nueva Concepción.

**Servicios:** Arrendamiento, Regularización y Adjudicación de Tierras.

**Estructura:** Consta de una oficina principal llamada Coordinación Regional, la cual se apoya en cinco departamentos: Coordinación Técnica, Coordinación Jurídica, Comunidades Agrarias Sostenibles (CAS), Coordinación Administrativa Financiera y Coordinación de Operaciones. Además existen cuatro departamentos que dependen directamente de la Coordinación Regional y la Coordinación de Operaciones: Asistente Administrativo, Atención al Público, Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) y Comunicación Social.

**Comunicación Interna:** Esta se realiza en todas las vías, ascendente, descendente y horizontal, de manera directa, o indirecta mediante el correo electrónico. La comunicación con las Agencias de Tierra del Occidente, se realiza vía telefónica o por correo electrónico.

**Comunicación Externa:** Es el proceso que se está llevando a cabo actualmente. Existen tres ejes de acuerdo a la Agenda Estratégica: relaciones públicas divulgación; difusión; y promoción, concientización y difusión.

### **1.3.1.1 FODA a Nivel Comunicacional**

#### **Fortalezas:**

- Comunicación directa entre el personal y los departamentos.
- Existencia de un plan estratégico institucional que engloba los aspectos de forma y fondo requeridos para alcanzar las metas.
- Participación de todo el personal en la difusión de la información entre los beneficiarios.
- Presupuesto habilitado de acuerdo a las necesidades de cada departamento.

#### **Oportunidades:**

- Reconocimiento de la necesidad de comunicación en la institución.
- Flujo constante de información desde dentro de la institución.



- Búsqueda de implementación sistemática de nuevas estrategias de comunicación.

**Debilidades:**

- Sistema burocrático débil para toma de decisiones.
- Desconocimiento de funciones del Departamento de Comunicación.
- Falta de sistematización en comunicación.
- Falta de planificación en la comunicación.
- Poca presencia inter-institucional en la Región Occidente.
- Falta de equipo tecnológico para creación de contenidos propios.
- Falta de espacio de oficina propio para el Departamento de Comunicación.

**Amenazas**

- Trabajo de metas contra calendario
- Exposición en medios relacionada a escrutinio
- Desconocimiento de grupos de opinión relacionada al trabajo del Fontierras.

## **1.4 Metodología**

### **1.4.1 Descripción del Método**

**Método Funcionalista:**

Este diagnóstico, se realizó basándose fundamentalmente en la situación comunicacional actual de la Oficina Regional del Fontierras de Quetzaltenango, respecto de los objetivos planteados en el plan estratégico, así como de las necesidades que se presentan en las actividades del año 2014.

Dentro del marco del método funcionalista, se analizan y contrastan las metas programadas con lo expresado tanto por el Coordinador Regional Interino, Ing. William Sanchez; el Coordinador de Comunicación Social y Relaciones Públicas en la oficina central, Lic. Brandon Batres; la Coordinadora de Políticas y Estrategias en

la oficina central, Licda. Justa de Monney; y la encargada de comunicación social en la Oficina Regional de Quetzaltenango, Silvia Pascual.

Se procede entonces a clasificar la información y a interpretarla, de forma que se identifiquen los problemas comunicacionales que impiden –a nivel interno o externo– la consecución de los objetivos de Fontierras como organización.

De este modo, se evalúa la estructura interna formal e informal del sistema de comunicación de la organización, así como los sistemas y procesos de comunicación a nivel jerárquico, interpersonal e interdepartamental. También se evalúan los sistemas de comunicación externa, lo cual abarca para la oficina de Fontierras Quetzaltenango, tres ejes: relaciones públicas; divulgación; y promoción, concientización y difusión.

De ahí, se procede a sugerir los cambios necesarios tanto a nivel interno como externo, para que la institución mejore la productividad y la eficiencia.

### **1.4.2 Instrumentos**

#### **Entrevistas Semi-estructuradas**

Se administraron entrevistas semi-estructuradas al Coordinador Regional y al Coordinador de Comunicación Social y RRPP, sobre la comunicación social respecto de los objetivos planteados en el plan estratégico del Fontierras.

### **1.4.3 Cronograma**

El diagnóstico fue realizado del 21 de enero al 28 de febrero de 2014, como se detalla en el siguiente cronograma:

<b>FECHA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>
21/1/2014 al 1/2/2014	- Recopilación de información bibliográfica. - Análisis y selección de información bibliográfica.
4/2/2014 al 14/2/2014	- Recopilación de información vivencial en Oficinas Centrales del Fontierras. - Conversaciones de inducción al Fontierras con el

	Coordinador de Comunicación Social y RRPP, Brandon Batres; y Coordinadora de Políticas y Estrategias, Justa de Monney.
17/2/2014 al 21/2/2014	- Recopilación de información vivencial en Oficina Regional de Quetzaltenango. - Entrevistas administradas al Coordinador Regional Interino, William Sánchez; al Director de Comunicación Social y RRPP, Brandon Batres; y a la encargada de Comunicación Social y RRPP de Quetzaltenango, Silvia Pascual
24/2/2014 al 28/2/2014	- Análisis y contraste de resultados.

## 1.5 Recopilación de Datos

### 1.5.1 Fichas de Entrevistas

Entrevista sobre la situación comunicacional de la Oficina Regional del Fontierras de Quetzaltenango.

**Fecha:** 18 de febrero de 2014

**Lugar:** Oficina del Coordinador Regional del Fontierras Quetzaltenango

**Entrevistado:** William Rolando Sánchez Pérez

**Puesto:** Coordinador Regional Interino del Fontierras Quetzaltenango

En la entrevista, el Ing. Sánchez menciona la dirección que desde su puesto debe dar al trabajo de comunicación social y relaciones públicas, resaltando que su función es gestionar y apoyar la labor del departamento. También hace referencia de lo que se espera de tal departamento.

**Medio y ubicación:** La entrevista se encuentra grabada en audio digital, en PC personal en la ruta C:\Users\gustavo\Documents\EPS

Entrevista sobre la situación comunicacional de la Oficina Regional del Fontierras de Quetzaltenango

**Fecha:** 26 de febrero de 2014

**Lugar:** Vía internet

**Entrevistado:** Brandon Tirone Batres

**Puesto:** Coordinador de Comunicación Social y RRPP del Fontierras

En la entrevista, el Lic. Batres señala los objetivos que se esperan alcanzar con la creación del Departamento de Comunicación en la oficina de Quetzaltenango, además de explicar la estrategia de comunicación implementada actualmente para “exponer” a la institución en los medios de comunicación.

**Medio y ubicación:** La entrevista se encuentra digital en correo electrónico personal en la dirección esgustavog@gmail.com

### 1.5.2 Resultados de Entrevistas

A continuación se presenta un cuadro comparativo que resume lo expresado por los entrevistados respecto a diversos temas de comunicación institucional:

<b>TEMA</b>	<b>WILLIAM SÁNCHEZ</b>	<b>BRANDON BATRES</b>
Función del departamento de comunicación	Sostiene que el trabajo actual es el de la implementación de la imagen institucional y la difusión del programa de “Regulación”	Encontrar la manera científica, estratégica y sistematizada de difundir la información generada en Fontierras
Objetivos del departamento	Que se dé a conocer al Fontierras no solo a nivel regional	Se enfoca en que la comunicación debe ser por

<p>de comunicación del Fontierras Quetzgo.</p>	<p>sino a nivel nacional, dando a conocer el trabajo que la institución realiza a través de medios masivos.</p>	<p>etapas, primero produciendo instrumentos de análisis, y posteriormente generar información positiva, y por último crear campañas informativas masivas.</p> <p>Específicamente en Quetzaltenango, piensa que el departamento debe cubrir la necesidad de socializar los programas y políticas del Fontierras.</p>
<p>Presupuesto y gestión del departamento de comunicación</p>	<p>Afirma que una de sus responsabilidades es gestionar lo que necesite el departamento, así como apoyar en las actividades que este desarrolle.</p>	<p>Afirma que el departamento no tiene un presupuesto fijo, sino que depende de la gestión que realice el gerente y los coordinadores regionales para que se apruebe lo que necesiten.</p>
<p>Estrategia de comunicación</p>	<p>Piensa que la forma de alcanzar los objetivos del Fontierras es dándose a conocer en medios masivos como vallas e informes, además de reforzar la imagen institucional, trabajo que se estuvo realizando durante febrero y seguirá durante marzo.</p>	<p>Advierte que el Fontierras no debe gastar más de lo indicado, por lo que se centran actualmente en las notas periodísticas positivas.</p> <p>Además, proporciona la información del aumento de exposición de la institución de acuerdo a los resultados arrojados en el análisis reputacional incluido en la Agenda Estratégica 2012 – 2020.</p>

Comunicación interna	Afirma que este tipo de comunicación en la Oficina Regional se da en todas las vías posibles y que cuentan con la tecnología básica para realizarlo	No fue preguntado respecto a lo interno de la oficina de Quetzaltenango
----------------------	---	---

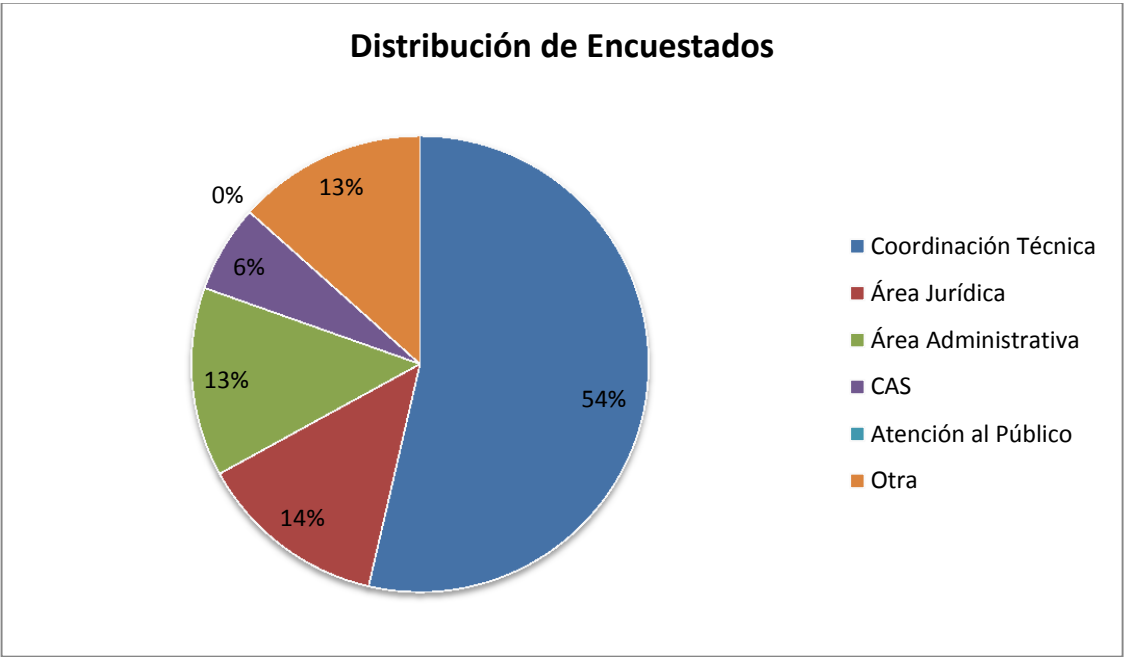
### 1.5.3 Comparación de Resultados

A continuación se presentan los puntos de coincidencia y de disensión entre ambos entrevistados:

<b>Encuentros</b>	<p>Gestión: ambos expresan que el departamento de comunicación depende de lo que se gestione para el mismo, dejando claro que es prioridad desde la gerencia, el cubrir las necesidades comunicacionales.</p> <p>Aumento en la exposición: Ambos concuerdan con el Plan Estratégico, ya que según lo expresado, se debe dar a conocer el trabajo realizado en el Fontierras de una forma económica e impactante.</p>
<b>Disensos</b>	<p>Estrategia: En este caso, Brandon Batres se muestra más familiarizado con lo requerido para dar a conocer al Fontierras, ya que da un plano más esquematizado de lo que tiene que realizar el departamento de comunicación de Quetzaltenango. Como ejemplo se pueden tomar los medios que sugieren: William Sánchez propone que se debería informar trimestral o semestralmente sobre el trabajo realizado; opuesto a lo que menciona Brandon Batres, quien sostiene que las notas periodísticas han sido desde 2012 el medio por el cual se está dando a conocer al Fontierras.</p>

### 1.5.4 Resultados y Comparación de Encuestas

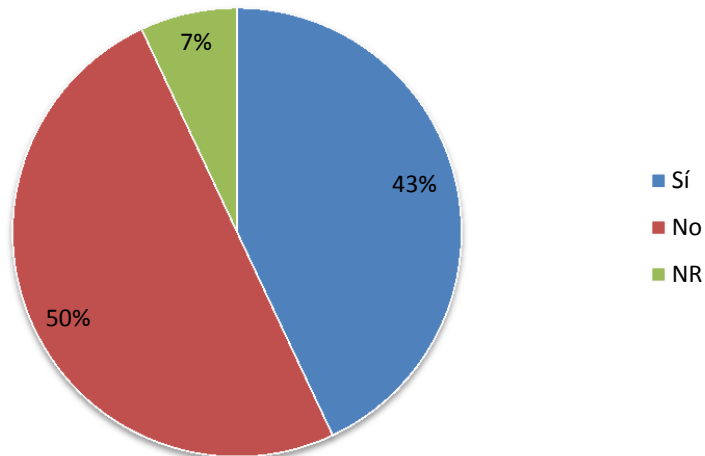
De un total de 33 trabajadores de la Oficina Regional de Quetzaltenango del Fontierras, se encuestó a 14 de ellos vía encuesta web. La encuesta fue adecuada para que respondieran a través del servicio Outlook de correo electrónico que se utiliza en la oficina. Los encuestados se distribuyen así:



Fuente: Gustavo Gordillo

Los encuestados fueron preguntados sobre si conocían el trabajo del Departamento de Comunicación, respondiendo de la siguiente manera:

**¿Conoce usted el trabajo del Departamento de Comunicación Social de la Oficina Regional de Occidente del Fontierras?**



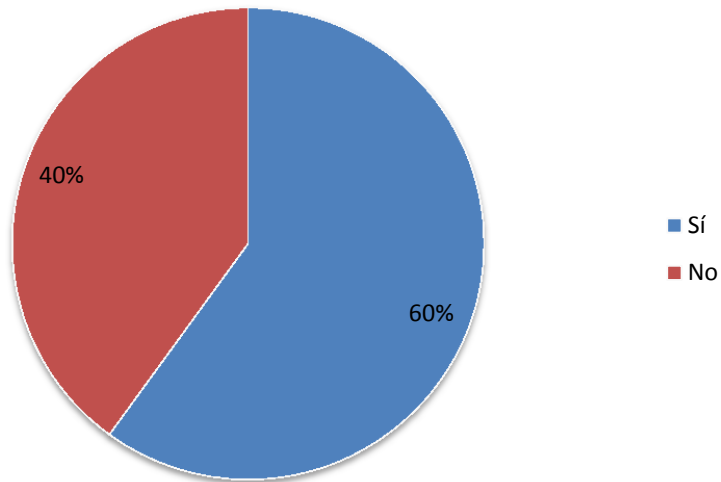
Fuente: Gustavo Gordillo

En este caso, el 50% de los encuestados desconocían del trabajo del Departamento, lo cual concuerda con lo expresado más adelante en la encuesta, donde al ser preguntados sobre si conocían las funciones del Departamento, el 50% dijo que No, el 36% dijo que Sí, y el 14% no respondió.

A nivel de identidad visual institucional, los trabajadores y trabajadoras fueron preguntados sobre si el trabajo actual de implementación de la imagen era notorio, respondiendo de la siguiente manera:



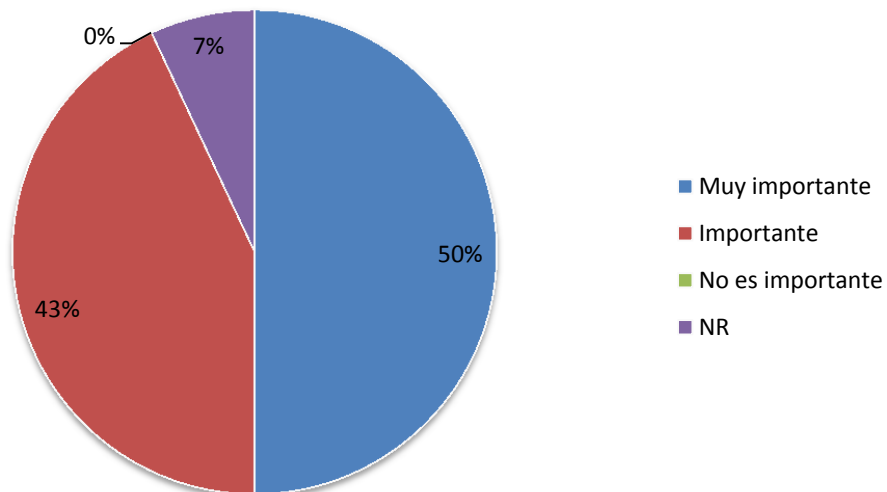
**¿Piensa Ud. que son notorios los cambios de identidad visual que se han llevado a cabo en la Región Occidente?**



Fuente: Gustavo Gordillo

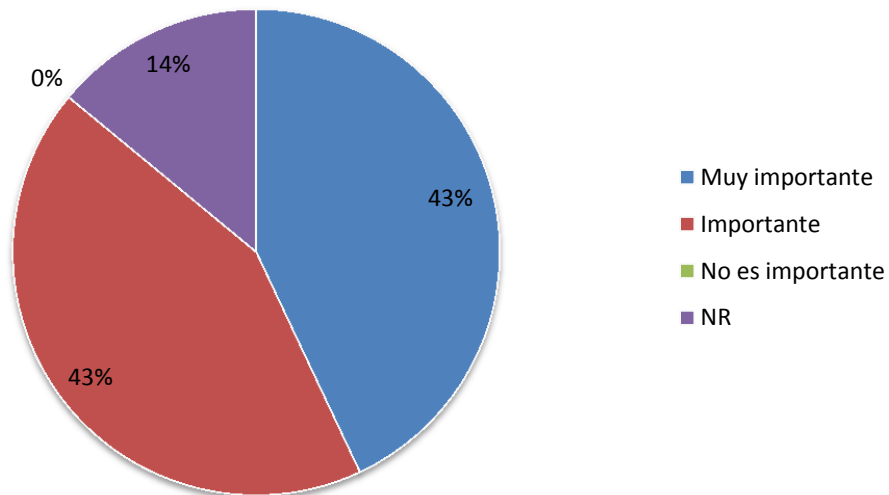
En cuanto a la exposición del Fontierras, contemplada como una prioridad en la Agenda Estratégica Institucional, se hicieron dos preguntas relacionadas al tema, respondiendo de la siguiente manera:

**¿Qué tan importante piensa usted que es la exposición de la Oficina Regional de Occidente en los medios de comunicación ATL (radio, TV, impresos)?**



Fuente: Gustavo Gordillo

**¿Qué tan importante piensa usted que es la exposición de la Oficina Regional de Occidente en los medios web?**

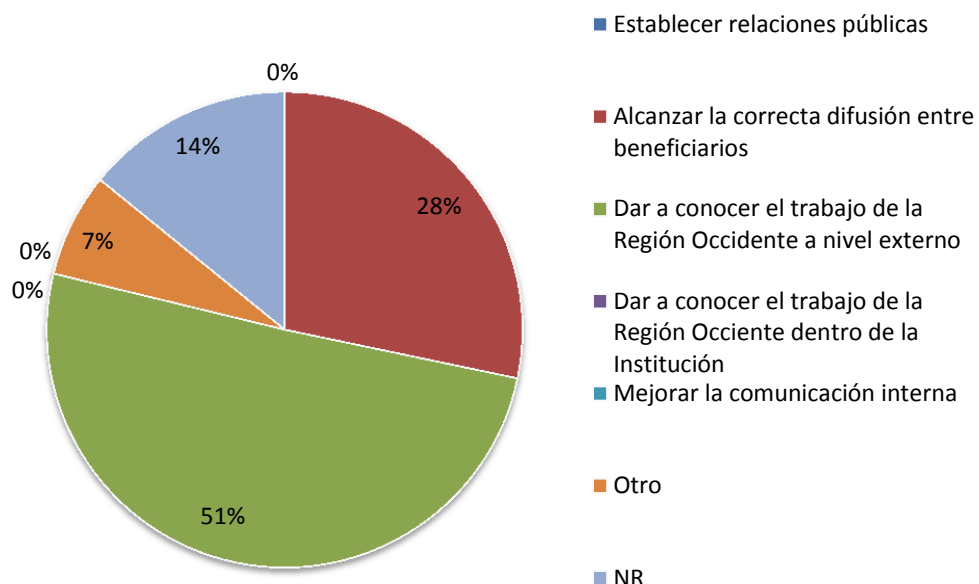


Fuente: Gustavo Gordillo

Ambas preguntas obtuvieron respuestas similares, demostrando que para los trabajadores es relevante la exposición de la Oficina Regional de Quetzaltenango en los Medios de Comunicación.

Las dos preguntas anteriores, se reflejan en los datos arrojados en la pregunta ¿Cuál es para Ud. la función más importante del Departamento de Comunicación de la Oficina Regional de Occidente?, en la que según los trabajadores, lo más importante es el nivel externo de la comunicación, tal y como se representa a continuación:

**¿Cuál es para Ud. la función más importante del Departamento de Comunicación de la Oficina Regional de Occidnete?**



Fuente: Gustavo Gordillo

Más de la mitad de los encuestados (51%) opinan que es de mayor importancia para el Departamento el dar a conocer el trabajo que se realiza en la Región Occidente. La segunda opción más elegida (28%), fue la de alcanzar la correcta difusión entre los beneficiarios del Fontierras de Occidente, indicando en otras ocasiones, que no se tiene conocimiento exacto de los medios para alcanzar a las poblaciones de la región de acuerdo a sus situaciones particulares. Otros logros (7%) no fueron especificados en las encuestas, y 14% de personas que no respondieron.

Esta tendencia concuerda con lo expresado por el Coordinador Regional, William Sánchez, y por el Coordinador de Comunicación Social y RRPP, Brandon Batres, quienes desde su perspectiva indicaron que es necesario dar a conocer el trabajo del Fondo, ya sea aumentando la exposición en medios de comunicación, a través de informes, y eventuales campañas de difusión masiva.

## **1.6 Radiografía de la Institución**

### **1.6.1 Comunicación Interna**

Tal y como lo expresa William López, Coordinador Regional del Fontierras para Occidente, en la oficina de Quetzaltenango la comunicación es fluida. Se observó que a nivel interpersonal existe un buen grado de compenetración entre los empleados. A nivel de departamentos u oficinas, todo lo relacionado al trabajo se mueve en la red de ethernet de la institución, por lo que cada uno en su computadora –principal herramienta de trabajo– recibe y envía los mensajes que quiera, la mayoría de veces de forma directa y evitando un sistema jerárquico.

La vía telefónica es probablemente insuficiente, ya que se cuenta únicamente con dos líneas: una directa a la oficina del Coordinador Regional y otra para todas las demás dependencias, por lo que si en dado caso esta última llega a estar ocupada en recepción, ya no puede recibir llamadas en las otras oficinas. Esto a veces puede dificultar la comunicación dentro de la misma sede, o a veces impedir que se comuniquen con las Agencias de Tierra del Occidente.

#### **1.6.1.1 Infraestructura y Canales de Comunicación**

A continuación se enumeran los elementos implementados para la comunicación interna:

- Línea telefónica: una línea directa y otra para uso general.
- Red Ethernet: propia del Fontierras, conecta a una red privada controlada por el departamento de TICs.
  - Microsoft Outlook: gestor de correo electrónico institucional.
- Cartelera de corcho: recientemente colocada en recepción, su posición es estratégica ya que se encuentra en la “isla” de la cafetera.
- Post-it: para dejar notas entre empleados.

## **1.6.2 Comunicación Externa**

La comunicación externa es manejada por el Departamento de Comunicación Social y RRPP a través de tres ejes, según aparecen en la Agenda Estratégica 2012 – 2025 (Fontierras, 2012:39):

- Relaciones públicas
- Divulgación
- Promoción, concientización y difusión

### **Relaciones Públicas:**

Actualmente el departamento de Comunicación y RRPP de Quetzaltenango, busca satisfacer la necesidad de fabricar un mapeo de medios, periodistas, comunicadores, líderes de opinión y líderes políticos para establecer las relaciones que le permitan difundir su información en los medios, de acuerdo a la estrategia explicada por Brandon Batres.

### **Divulgación:**

La divulgación se pretende hacer apoyándose en notas de prensa, mediante información generada dentro de la institución. Este es el paso siguiente del punto anterior, el cual requeriría de una estrategia para encontrar una forma científica de divulgar al Fontierras entre los líderes de opinión de occidente.

### **Promoción, concientización y difusión:**

Es un trabajo del departamento de Comunicación y RRPP de Quetzaltenango que aún no ha sido iniciado totalmente. En este eje, se pretende principalmente dar a conocer el trabajo del Fontierras a los beneficiarios, así como a líderes campesinos y

de asociaciones indígenas que potencialmente pueden llegar a trabajar junto al Fontierras.

Este eje es de suma importancia, y desde las oficinas centrales, se ha asignado a Justa de Monney como coordinadora de estas políticas, para dar una perspectiva antropológica a esta comunicación. En conversaciones con la Licda. de Monney, asegura que el Fontierras tiene el compromiso de informar a las personas desde el respeto a las diferencias, bajo los principios que rigen la Agenda Estratégica: equidad, transparencia y pertinencia cultural.

De acuerdo a la información proporcionada por la Licda. de Monney, la difusión de la información debe ser científica y fundamentada, adaptándose esencialmente a las necesidades *lingüísticas y culturales*. Esto se describe más ampliamente en la Agenda Estratégica Institucional 2012 – 2025 (Fontierras, 2012:39):

“La comunicación social es una disciplina de apoyo transversal del que hacer del Fondo de Tierras, relacionado con la información institucional, la interacción entre los diferentes actores y su impacto en la sociedad guatemalteca; abarca las fases de Planificación, el Seguimiento, Evaluación y Sistematización de acciones, con enfoque de derechos humanos, equidad de género y Pueblos Indígenas (...) La comunicación Social Institucional va intencionalmente dirigida y sistemáticamente planificada a la consecución de cambios concretos y hacer factible socialmente los procesos del FONTIERRAS con las personas beneficiarias; se materializará en la práctica de actitudes, valores, habilidades y herramientas que consideren la dignidad humana, la multiculturalidad y la equidad, para contribuir beneficiosamente con sus resultados a la transformación social.”

#### **1.6.2.1 Campañas Realizadas**

Respecto al trabajo de divulgación realizado hasta la fecha, Brandon Batres proporciona los datos de medición de impactos del año 2013 generados tras la implementación de la estrategia actual de comunicación. Tal información se maneja a

nivel confidencial, pero a continuación se presenta lo pertinente para este diagnóstico:

- La exposición en medios de comunicación aumentó un 243%, la cual se concentró en el siguiente orden: prensa escrita, radio y TV.
- Únicamente el 8,3% de las notas publicadas eran negativas para la institución.
- La media mensual de hits fue de 13.
- El 81% de la información fue relacionada a la Institución.

En lo que respecta a la Oficina Regional de Quetzaltenango, las campañas surgen bajo necesidades presentadas por las áreas que la integran, de modo que la función del Departamento de Comunicación Social de Quetzaltenango funge como ejecutor de las mismas y no como planificador.

#### **1.6.2.2 Estrategia de Comunicación**

El trabajo prioritario durante el tiempo en que fue realizado este diagnóstico, se centraba en la implementación de la imagen institucional del Fontierras, esto obedece a uno de los objetivos planteados en la Agenda Estratégica 2012 – 2025 (Fontierras, 2012:37), donde se determina que el Fontierras debe “Al año 2015 contar con una institución ágil y actualizada, que atienda las necesidades de las familias campesinas, acorde a las funciones institucionales.”, por lo que se hace necesario que su presencia sea fuerte y sobresaliente.

Tal y como lo aclaraba Brandon Batres al ser entrevistado, la estrategia de comunicación actual se basa en notas periodísticas para aumentar la exposición del Fontierras en los medios de Comunicación. Para la Oficina Regional de Quetzaltenango, se pretende alcanzar el mismo objetivo pero directamente con los medios de comunicación y periodistas del Occidente, por lo que el trabajo se enfoca en lograr establecer las relaciones con los medios de comunicación y elaborar un mapeo de cómo estos funcionan en la región.

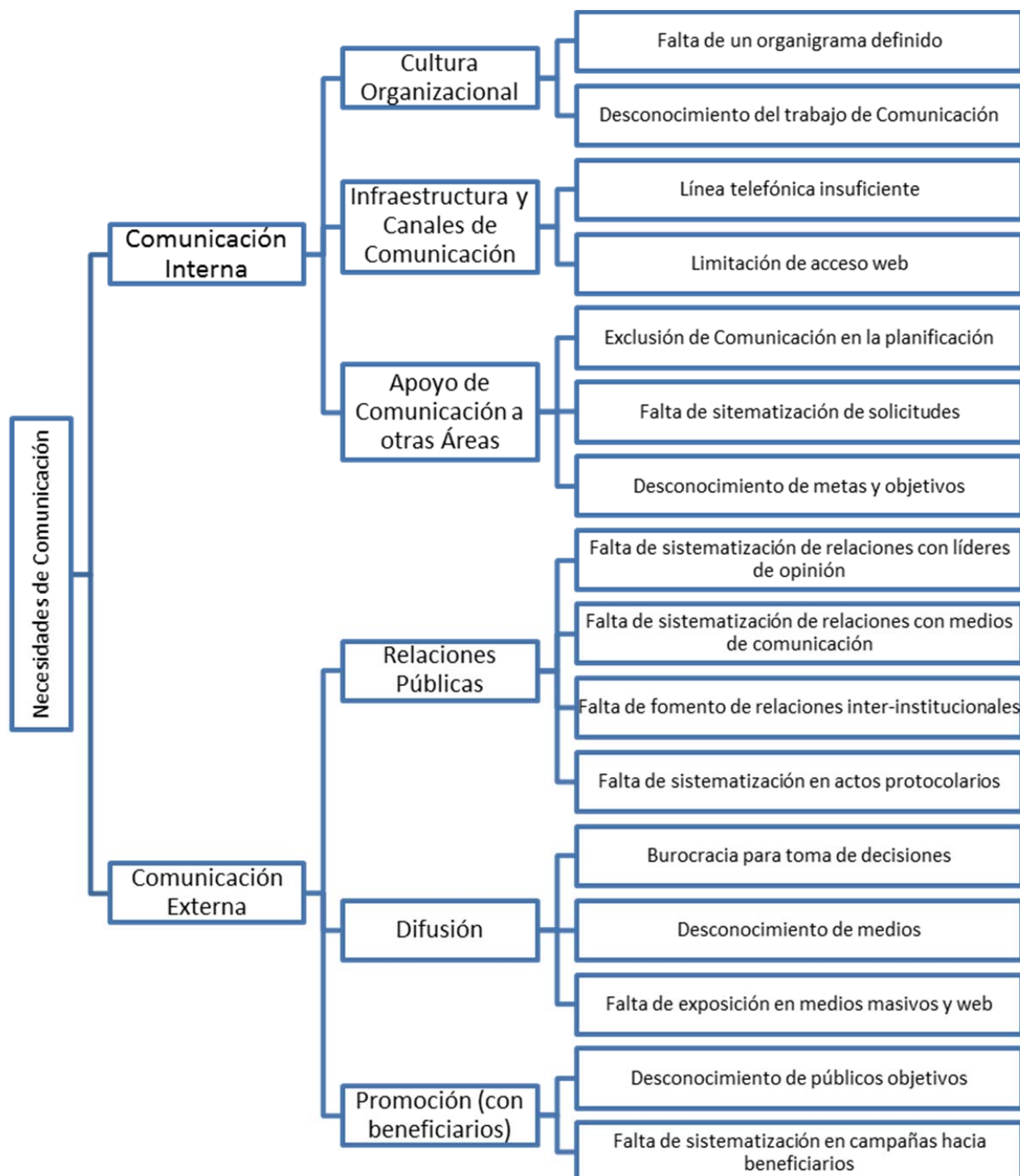
Esto va ligado al trabajo de difusión de los servicios del Fontierras, que, como aclaraba la Licda. de Monney, deberá establecerse tomando en cuenta las necesidades lingüísticas y culturales de los grupos objetivo. En el futuro, se pretende que exista un mapeo de difusores dentro de las comunidades, por lo que se requiere también que se elabore una herramienta de inteligencia sobre cómo hacer llegar los mensajes tomando además en cuenta factores territoriales, de alfabetismo, ideológicos y políticos.

### **1.6.2.3 Presupuesto de Comunicación**

Al momento de ser entrevistado, el Coordinador Regional Interino, el ingeniero William Sánchez, y el encargado de Comunicación Social y RRPP, Brandon Batres, aclararon que el presupuesto general la Oficina Regional de Occidente y las siete Agencias Municipales de Tierras que dependen de ella es de Q.80,000.00, y a las áreas que la componen se les asigna parte de este obedeciendo a las necesidades de las mismas y a la gestión que se realice para cubrirlas. Todos los gastos deben ser debidamente aprobados por el administrador financiero, y posteriormente por la coordinadora administrativa financiera en las oficinas centrales. En el caso de gastos de Q.5,000.00 o superiores, se deben presentar tres cotizaciones de lo que se efectuará, y debe consultarse previamente si entra dentro de los renglones presupuestales aprobados para el Fondo de Tierras.



### 1.6.3 Representación Gráfica de la Radiografía de la Institución



## Capítulo II: Plan de Comunicación

Antecedentes

Radiografía de la Institución

Objetivos

Públicos Objetivo

Mensaje

Estrategia

Planes de Comunicación

Cronograma

Presupuesto

Control y Seguimiento

## **Capítulo 2: Plan de Comunicación**

### **Oficina Regional del Fondo de Tierras en Quetzaltenango**

#### **2.1 Antecedentes**

Durante el año 2014, y con la llegada del epesista de comunicación social en curso, se han implementado acciones de comunicación sin responder necesariamente a una estrategia basada específicamente en las necesidades de la Coordinación Regional. Dentro de tales acciones se pueden enumerar las siguientes:

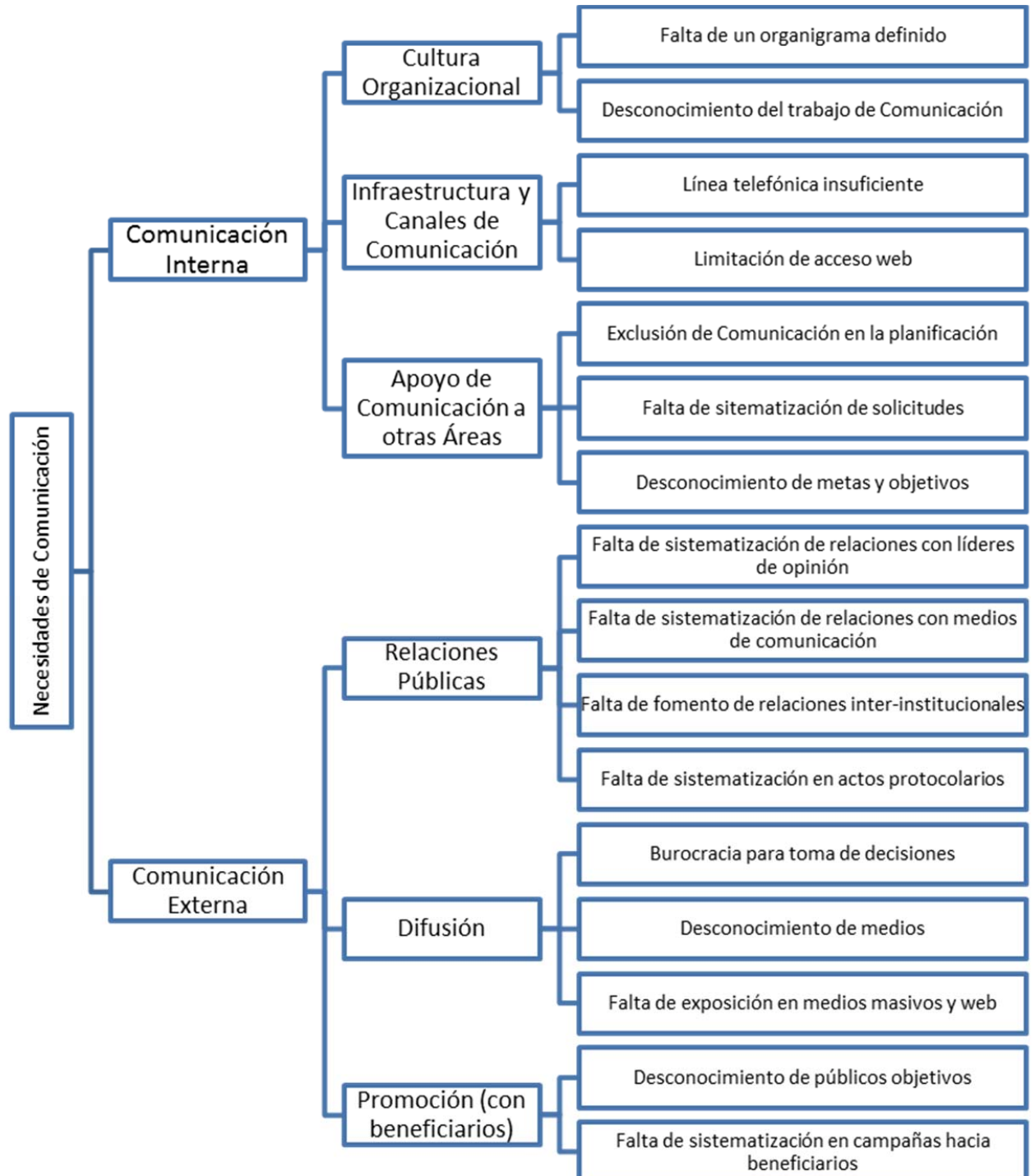
- a) Gestión de difusión para el Programa de Regularización: el Programa de Regularización del Fontierras es una iniciativa de la institución que pretende legalizar terrenos y lotes de campesinos para darles certeza jurídica sobre sus propiedades, llevando así un mejor registro de las tierras productivas del país. El apoyo del Departamento de Comunicación consistió en gestionar medios de difusión, estructuración de mensajes, elaboración de volantes y elaboración de spots para las Agencias de Coatepeque, La Máquina y Nueva Concepción; así como la elaboración de un informe de seguimiento donde se midió la efectividad de la campaña.
- b) Realización del evento protocolario de entrega de semillas certificadas a comunidades agrarias del Occidente: este evento fue una solicitud del área de Comunidades Agrarias Sostenibles (CAS), donde se entregaron semillas certificadas para la creación de viveros forestales en 70 comunidades agrarias apoyadas por CAS de la Oficina Regional de Quetzaltenango. El trabajo de comunicación consistió en dar difusión al evento a través de medios de comunicación locales y regionales, convocatoria de los asistentes, elaboración de la agenda protocolaria, instalación de material de identidad visual, grabación en vídeo y toma de fotografías para el informe de Oficinas Centrales, y elaboración de una nota periodística para el Departamento de Comunicación y RRPP de Oficinas Centrales.
- c) Elaboración de propuesta de campaña radial para el Programa de Arrendamiento: dicho programa es una iniciativa del Fontierras para dar

créditos subsidiarios a campesinos para el desarrollo autosostenible de las comunidades. A petición de la Coordinación del Programa de Regularización y del Departamento de Comunicación Social y RRPP (ambos de Oficinas Centrales) el epesista en curso elaboró una propuesta de difusión radial en la región, en la cual se buscaba dirigirse a los beneficiarios del programa. La propuesta se hizo para un mes de difusión, y actualmente se está a la espera de su lanzamiento.

Como se demuestra, el departamento de comunicación trabaja de acuerdo a solicitudes de apoyo, por lo que su planificación no puede realizarse proponiendo con demasiada anticipación, sino más bien, previendo las necesidades que las áreas a las que apoya le puedan presentar.

Como se mencionó anteriormente, los procesos que debe manejar el departamento de la Oficina Regional suelen ser lentos a causa de un sistema burocrático débil. Esto se debe al desconocimiento de las funciones que el departamento debe tener, por lo que se busca actualmente sistematizar la comunicación para hacerla cuantificable y visible.

## 2.2 Radiografía de la Institución



## **2.3 Objetivos**

Lograr la implementación de correctos procesos de comunicación efectiva y sistemática en la Oficina Regional del Fondo de Tierras de Quetzaltenango desde su Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas tanto a nivel interno como externo.

- Definir la identidad visual institucional valiéndose del uso adecuado de los elementos visuales apropiados.
- Establecer relaciones públicas efectivas con medios de comunicación, líderes de opinión, líderes políticos, empresas e instituciones de la región que cubre la oficina.
- Aumentar la exposición positiva en medios de comunicación regionales, locales y nacionales.
- Normalizar procesos internos donde se involucre al Departamento de Comunicación.
- Sistematizar los productos comunicacionales elaborados por el Departamento de Comunicación.

## **2.4 Públicos Objetivo**

### **Nivel Externo**

#### **Beneficiarios**

- Aspectos demográficos: hombres y mujeres de entre 25 a 70 años residentes de áreas rurales. Nivel básico de estudio, por lo general sin acceso a los servicios básicos.
- Aspectos económicos: personas de clase social media baja y baja, desempeñándose en actividades agropecuarias. Una parte considerable vive con el salario mínimo campesino. Su situación puede depender directamente del Fontierras.

- Aspectos psicográficos: nivel de interés alto en el trabajo del Fontierras pero con poco acceso a la información referente a este. Expuestos a líderes de opinión y medios de comunicación locales.

### **Líderes de Opinión**

- Aspectos demográficos: hombres y mujeres de entre 30 a 60 años residentes tanto de áreas rurales como urbanas. Nivel diversificado y superior de estudio.
- Aspectos económicos: personas de clase social media y alta, inmersos en grupos fuertes de opinión como políticos, religiosos, comunitarios, académicos y medios de comunicación.
- Aspectos psicográficos: nivel de interés alto y medio de acuerdo al ámbito donde se encuentren. Alto acceso a la información y a los grupos destinatarios del Fontierras. Formadores de opinión desde su trabajo.

### **Medios de Comunicación**

- Aspectos demográficos: medios masivos de alcance local y regional en el occidente de Guatemala. Desarrollan contenidos informativos propios de acuerdo a coberturas regionales.
- Aspectos económicos: grupos económicamente estables cuyos ingresos se captan a través de la publicidad y cobros por espacios en sus publicaciones.
- Aspectos psicográficos: medios masivos conocidos, gozan de credibilidad. Formadores de opinión y facilitadores de información. En el caso de los locales y algunos regionales priorizan culturas indígenas.

### **Instituciones**

- Aspectos demográficos: grupos de alcance local y regional en el occidente de Guatemala. Sus representantes son hombres y mujeres de entre 30 y 65 años de clase media y alta residentes en centros urbanos.

- Aspectos económicos: se conforman de profesionales con experiencia tanto de oficina como de campo. Hábitos urbanos.
- Aspectos psicográficos: su nivel de interés depende del grado de involucramiento que tengan con las actividades agropecuarias y campesinas de Guatemala, así como del desarrollo comunitario y cultural de las poblaciones rurales.

## **Nivel Interno**

### **Personal de la Oficina Regional de Quetzaltenango**

- Aspectos demográficos: hombres y mujeres mestizos de entre 25 y 55 años, profesionales con un nivel de estudio superior. Residentes de zonas urbanas de diferentes municipios del occidente de Guatemala.
- Aspectos económicos: profesionales de clase social media alta. Experiencia tanto de campo como de oficina. Trabajadores del Estado.
- Aspectos psicográficos: nivel de interés muy alto. Altamente informados del trabajo del Fondo de Tierras. Facilitadores de información a nivel interno y externo con exposición a rumores e información directa.

### **Personal de las Agencias Municipales de Tierras dependientes de Quetzaltenango**

- Aspectos demográficos: hombres y mujeres mestizos e indígenas de entre 25 y 45 años, profesionales y/o estudiantes con un nivel de estudio superior. Residentes de zonas rurales y urbanas de municipios cercanos a las Agencias de Tierras. Acceso ligeramente limitado a los servicios básicos.
- Aspectos económicos: trabajadores del Estado de clase social media. Hábitos rurales y urbanos.
- Aspectos psicográficos: nivel de interés muy alto en el trabajo del Fondo de Tierras de su región. Altamente informados en lo concerniente a la institución.



Facilitadores de información a nivel interno y externo con exposición a información directa y rumores.

### **Personal de Oficinas Centrales**

- Aspectos demográficos: hombres y mujeres mestizos de entre 25 y 60 años. Profesionales y/o estudiantes con un nivel de estudio superior. Residentes de zonas urbanas desarrolladas del departamento de Guatemala.
- Aspectos económicos: trabajadores del Estado de clase media alta y alta. Hábitos urbanos.
- Aspectos psicográficos: alto interés en el trabajo del Fondo de Tierras Regional de Quetzaltenango. Altamente informados aunque con un grado de conocimiento menor en cuanto a las áreas rurales. Facilitadores de información a nivel interno en forma descendente; expuestos a rumores e información directa.

### **Personal de otras regiones**

- Aspectos demográficos: hombres y mujeres indígenas y mestizos de entre 25 y 45 años. Profesionales y/o estudiantes de nivel académico superior. Residentes de zonas rurales y urbanas.
- Aspectos económicos: trabajadores del Estado de clase media con hábitos urbanos y rurales.
- Aspectos psicográficos: nivel de interés medio sobre el trabajo del Fontierras Regional de Quetzaltenango. Grado medio y bajo de información recibida desde Quetzaltenango. Facilitadores de información a nivel interno. Expuestos a rumores y a información directa.

## **2.5 Mensaje**

La Oficina Regional de Quetzaltenango del Fontierras aumenta su exposición con sus públicos externos para dar a conocer a la institución en la región que cubre y

fortalecer su imagen, dándose a conocer como la única institución estatal encargada de facilitar el acceso a la tierra y la regularización de tierras del Estado a familias campesinas e indígenas en situación de pobreza, que contribuya al desarrollo rural integral y sostenible de comunidades agrarias.

## **2.6 Estrategia**

Sistematizar la exposición del Fontierras Regional de Quetzaltenango en los ejes de relaciones públicas, divulgación y difusión, llevándose a cabo en tres etapas: implementación de identidad visual (producción de mantas vinílicas para eventos, pintura de edificios), exposición en medios (aparición del Coordinador Regional en 4 medios de comunicación al mes), y relacionamiento con grupos objetivo (distribuir un boletín informativo mensual de forma física y digital entre los actores) logrando mostrarse como una institución sólida, transparente y cercana ante sus públicos objetivo.

## **2.7 Planes de Comunicación**

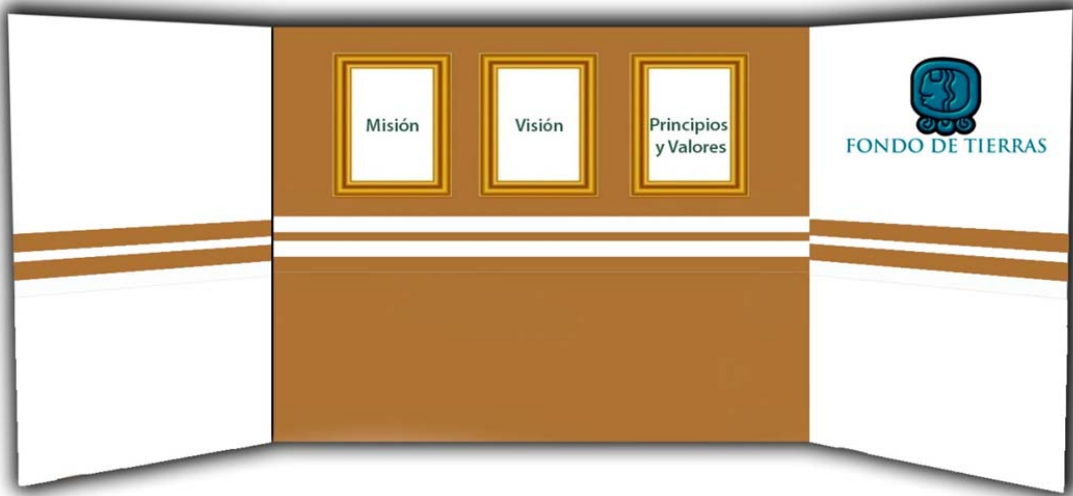
### **2.7.1 Comunicación Corporativa**

#### **Estrategia**

Implementación de la identidad visual institucional en la Oficina Regional de Quetzaltenango y las siete Agencias Municipales de Tierras que están bajo su coordinación.

#### **Acciones:**

- a. Pintar las instalaciones de la oficina y agencias con los colores institucionales: anaranjado tierra y blanco, de acuerdo al modelo de aplicación de colores.



Modelo diseñado por el Fondo de Tierras para aplicar pintura en sus inmuebles. Este modelo de aplicará en Agencias de Tierras pendientes de completar este proceso:  
 Uspantán, Mazatenango, La Máquina y Nueva Concepción

Montajes de aplicación sugerida de pintura:



Fuente: Coordinación de Comunicación Social  
 Agencia Uspantán



Fuente: Coordinación de Comunicación Social  
Agencia Mazatenango



Fuente: Coordinación de Comunicación Social  
Agencia La Máquina



Fuente: Coordinación de Comunicación Social  
Agencia Nueva Concepción

- b. Instalar rótulos en manta vinílica en un tamaño base de 4 x 2 mts. Adaptable a los tamaños requeridos de acuerdo a las instalaciones de la oficina y agencias.



Fuente: Coordinación de Comunicación Social  
Diseño Base 4 x 2 mts.

- c. Reproducción e instalación de roll ups con mantas vinílicas de 2 x 0.80 mts. y cuadros de 61 x 61 cms. Que exhiban el marco filosófico de la institución: visión, misión y principios.

Roll Ups de 2 x 0.80 mts



Fuente: Coordinación de Comunicación Social

Cuadros 61 x 61 cms.



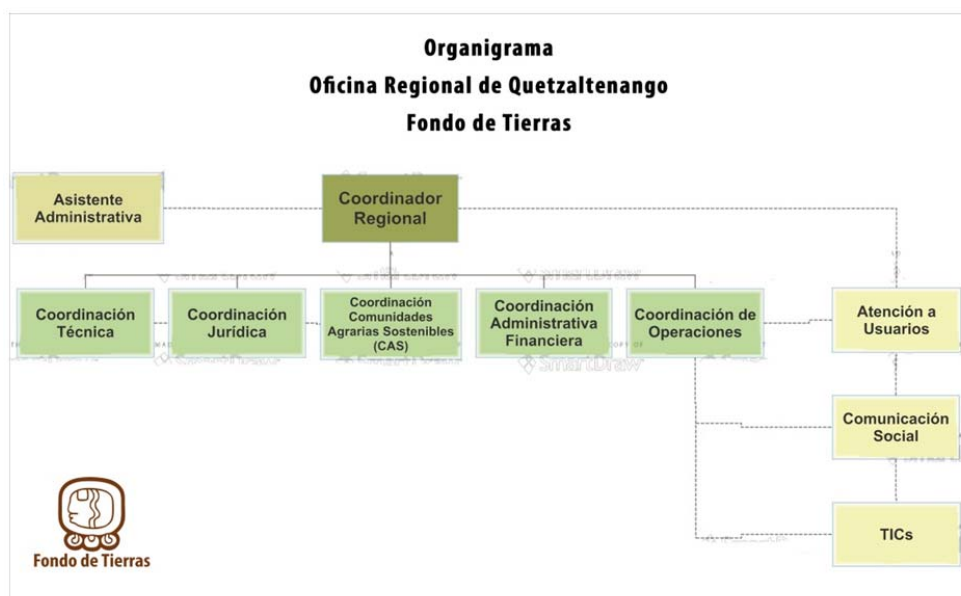
Fuente: Coordinación de Comunicación Social

d. Instalar un buzón de sugerencias en el área de atención al público donde se depositen papeletas que sirvan como instrumento de medición de la eficiencia y eficacia con que los beneficiarios son atendidos, esta medición corresponde a la coordinación de Atención al Beneficiario, por lo que el cuestionario de la boleta, deberá ser diseñado de acuerdo a lo que esta coordinación requiera. A continuación se presenta un cuestionario sugerido con cuatro preguntas directas que pueden ser contestadas afirmativa o negativamente y una abierta para tomar en cuenta los comentarios adicionales que tengan los beneficiarios o beneficiarias:

1. ¿Fue atendido / atendida de forma rápida?
2. ¿Solucionó su situación en esta visita?
3. ¿Encontró dificultad para encontrar la oficina / agencia?
4. ¿Fue atendido / atendida de forma amable?
5. Por favor, háganos saber sus comentarios o sugerencias:

e. Gestionar la adecuada cantidad de material informativo impreso para la oficina y agencias como volantes, requisitos para ingresar a programas, trifoliales con el marco filosófico, políticas del Fontierras.

- f. Gestionar banderas, mantas vinílicas y otros materiales protocolarios para cada Agencia Municipal de Tierras.
- g. Elaborar un organigrama actualizado de la Oficina Regional de Quetzaltenango que sea visible ante los visitantes y ante los trabajadores.



- h. Gestionar uniformes actualizados para los empleados ante Oficinas Centrales, dotándolos de material promocional como camisas, gorras y chalecos identificados del Fontierras.

## 2.7.2 Comunicación Externa

### Estrategia

Elaboración y publicación mensual y extraordinaria de informes de actividades y logros del Fontierras Regional de Quetzaltenango.



## Acciones

- a. Crear de un banco de imágenes fotográficas y un banco de vídeos que anticipe la temática de las publicaciones a realizar.
- b. Gestionar formatos de diseño ante la Coordinación de Comunicación y RRPP.
- c. Elaborar un manual de redacción y estilo para la producción de notas informativas, cubriendo el siguiente listado de contenidos:
  1. Qué son las notas informativas del Fondo de Tierras.
  - 2.Cuál es la función de estas notas.
  3. Qué utilidad tienen para la institución.
  4. Estructura de una nota informativa.
  5. Estilo
  6. Formatos: bullets, notas para Infotierras y notas informativas mensuales
  7. Normas ortográficas importantes en la redacción de notas informativas
  8. Versiones en idiomas indígenas
  9. Difusión estratégica
- d. Difundir las notas informativas mensuales, haciéndolas circular estratégicamente con los públicos objetivo externos e internos.

Públicos externos: vía electrónica a autoridades, medios de comunicación, periodistas, líderes de opinión, instituciones afines y complementarias al tema agrario. Físico: Agencias de Tierra, municipalidades, gobernaciones departamentales, centros comunitarios, centros de salud, escuelas, oficinas y agencias de instituciones afines y complementarias al tema agrario.

Públicos internos: vía electrónica a los trabajadores y trabajadoras del Fontierras y físico en posteos en carteleras ubicadas en la oficina regional y agencias de tierras.

Estrategia de producción de notas: se envían un mínimo de 3 bullets informativos semanales, cuya extensión no es de más de dos párrafos c/u. Al mes se tendrán 12 notas (mínimo), las cuales tendrán más extensión y aportarán más detalles del suceso; de estas notas se escogerán cuatro o cinco para el informativo mensual. La más relevante de las notas se enviará en extensión de una cuartilla para la ser publicada en el Infotierras.



## **Estrategia**

Sistematizar los procedimientos de gestión para la elaboración de campañas de difusión masiva.

## **Acciones**

- a. Elaborar un mapeo de medios de comunicación de la región que cubre la oficina que admitan pauta, especificando: tarifas, cobertura, horarios, datos de contacto con la persona encargada.
  
- b. Elaborar un mapeo de lugares de producción de audio, vídeo, material impreso, alquiler de equipo, unidades móviles, especificando: tarifas, cobertura, horarios, datos de contacto con la persona encargada.
  
- c. Establecer relaciones con los medios y productoras contactados para darles a conocer la forma de trabajo del Fontierras y los productos que usualmente se requieren, a través de una publicación digital que resuma los puntos mencionados:
  - 1. Servicios y Programas del Fondo de Tierras
  - 2. Productos comunicacionales requeridos por el Fondo de Tierras.
  - 3. Forma de producción y pago por servicios de comunicación.

### **2.7.3 Comunicación Interna**

#### **Estrategia**

Normalizar el proceso de requerimientos y solicitud de apoyo al Departamento de Comunicación Social y RRPP de la Oficina Regional de Quetzaltenango.

#### **Acciones**

- a. Estandarizar las necesidades específicas que comúnmente tenga cada una de las diferentes áreas de la institución en el ámbito de la comunicación, las cuales son:

1. Apoyo en divulgación: productos comunicacionales a utilizarse en locaciones.
  2. Apoyo en difusión: contacto y/o contratación de medios de comunicación para difundir información.
  3. Apoyo en eventos: montaje de actividades o eventos protocolarios del Fondo de Tierras.
  4. Apoyo en divulgación interna: productos comunicacionales a para divulgar información pertinente al personal del Fondo de Tierras.
  5. Otros apoyos: apoyo en actividades ajenas al departamento de comunicación.
- b. Elaborar un formato de fácil acceso para los coordinadores de área donde puedan realizar sus solicitudes de manera breve, agilizando los procesos administrativos:
1. Fecha (de entrega del formato)
  2. Actividad a realizar (descripción breve)
  3. Apoyo requerido:  Identidad visual  Producción de impresos  Producción de audio - video  Apoyo a montaje de evento  Otro apoyo
  4. Descripción de apoyo
  5. Visto bueno de Coordinador de Área o jefe
- c. Realizar de una charla/taller con los coordinadores de área donde se exponga el proceso que deberán llevar a cabo las áreas para el correcto funcionamiento del Departamento de Comunicación, aclarando:
1. Cuáles son las funciones de Departamento de Comunicación Social y RRPP.
  2. Cómo se realiza el trabajo dentro del Departamento.

3. Qué ventajas se obtienen de un correcto proceso de solicitud de apoyo del Departamento.
4. Cómo funciona el nuevo sistema de solicitud.

A esto también se deben sumar las dudas o sugerencias pertinentes a la estrategia que puedan aportar los coordinadores de área.

## **2.7.4 Relaciones Públicas**

### **Estrategia**

Exponer al Fondo de Tierras Regional de Quetzaltenango a los líderes de opinión de la región que cubre abarcando periodistas, líderes políticos, líderes religiosos, líderes comunitarios, representantes campesinos, instituciones y empresarios.

### **Acciones**

- a. Elaborar mapeo de líderes de opinión, contactando personalmente con los mismos y recabando información de contacto. Los datos necesarios para incluirse son los siguientes:
  - Nombre
  - Ubicación del periodista
  - Cobertura del periodista
  - Medio (especificar si es radial, televisivo, impreso u otro)
  - Cobertura del Medio
  - Teléfono
  - Teléfono del Medio
  - Correo electrónico
  - Tipo de notas que cubre

- b. Establecer relaciones con los contactados para dar seguimiento a la información pertinente al Fontierras. Haciéndoles llegar los boletines publicados mensualmente vía electrónica o física.



## 2.9 Presupuesto

<b>Estrategia</b>	<b>Inversión en Quetzales</b>
<b>Identidad Corporativa</b> <b>Estrategia: Implementación de Identidad Visual</b>	
Pintar las instalaciones de Oficina Regional y Agencias de Tierras	30,000.00
Instalación de vallas con mensajes institucionales en Agencias de Tierras	8,170.00
Reproducción e instalación roll ups y cuadros "Visión, Misión y Principios"	7,080.00
Instalar buzón de sugerencias	700.00
Gestionar material impreso	--
Gestionar material protocolario	--
Elaborar organigrama	800.00
Gestionar uniformes actualizados	--
<b>Comunicación Externa</b> <b>Estrategia: Elaboración y publicación periódica de informes</b>	
Crear banco de imágenes	--
Gestionar formatos de diseño	--
Elaborar manual de redacción y estilo para notas	300.00
Difundir notas informativas mensuales	900.00
<b>Estrategia: Sistematizar campañas de difusión masiva</b>	
Elaborar mapeo de medios de comunicación	--
Elaborar mapeo de productoras	--
Establecer relaciones con medios y productoras	--
<b>Comunicación Interna</b> <b>Estrategia: Normalizar el proceso de requerimientos del Departamento de Comunicación</b>	
Estandarizar necesidades de áreas	--
Elaborar formato	--
Realizar taller con coordinadores	100.00
<b>Relaciones Públicas</b> <b>Estrategia: Exponer al Fontierras Regional de Quetzaltenango ante los líderes de opinión</b>	
Elaborar mapeo de líderes de opinión	--
Establecer relaciones	--
<b>TOTAL DE INVERSIÓN</b>	<b>48,050</b>



El presupuesto para llevar a cabo el plan es de Q.48,050.00, siendo necesaria la gestión ante la Coordinación Administrativa Financiera para su aprobación de acuerdo a las etapas que se vayan completando.

## 2.10 Control y Seguimiento

Para dar control y seguimiento a la estrategia, se contempla la implementación de herramientas que permitan cuantificar la efectividad del trabajo del Departamento de Comunicación y RRPP, siendo estas las siguientes:

**Checklist:** el checklist es una herramienta para llevar un registro del progreso de las actividades contenidas en el plan de comunicación. Se recomienda el uso de este producto para el coordinador y el departamento de comunicación, quienes son los encargados de velar la correcta ejecución de las acciones. A continuación se muestra un formato para llevar tal conteo:

Estrategia	Estado	<input type="checkbox"/>
<b>Identidad Corporativa Estrategia: Implementación de Identidad Visual</b>		
Pintar las instalaciones de Oficina Regional y Agencias de Tierras	Uspantán	<input type="checkbox"/>
	Mazatenango	<input type="checkbox"/>
	La Máquina	<input type="checkbox"/>
	Nueva	<input type="checkbox"/>
	Concepción	<input type="checkbox"/>
Instalación de vallas con mensajes institucionales en Agencias de Tierras	Uspantán	<input type="checkbox"/>
	Huehuetenango	<input type="checkbox"/>
	Mazatenango	<input type="checkbox"/>
	La Máquina	<input type="checkbox"/>
	Nueva	<input type="checkbox"/>
	Concepción Coatepeque	<input type="checkbox"/>
Reproducción e instalación roll ups y cuadros "Visión, Misión y Principios"	Quetzaltenango	<input type="checkbox"/>
	Huehuetenango	<input type="checkbox"/>
	Nebaj	<input type="checkbox"/>
	Uspantán	<input type="checkbox"/>
	Mazatenango	<input type="checkbox"/>

	La Máquina	<input type="checkbox"/>
	Nueva	<input type="checkbox"/>
	Concepción	<input type="checkbox"/>
	Coatepeque	<input type="checkbox"/>
	Quetzaltenango	<input type="checkbox"/>
	Huehuetenango	<input type="checkbox"/>
	Nebaj	<input type="checkbox"/>
	Uspantán	<input type="checkbox"/>
	Mazatenango	<input type="checkbox"/>
	La Máquina	<input type="checkbox"/>
	Nueva	<input type="checkbox"/>
	Concepción	<input type="checkbox"/>
	Coatepeque	<input type="checkbox"/>
Instalar buzón de sugerencias		
Gestionar material impreso		<input type="checkbox"/>
Gestionar material protocolario		<input type="checkbox"/>
Elaborar organigrama		<input type="checkbox"/>
Gestionar uniformes actualizados		<input type="checkbox"/>
<b>Comunicación Externa</b>		
<b>Estrategia: Elaboración y publicación periódica de notas informativas</b>		
Crear banco de imágenes		<input type="checkbox"/>
Gestionar formatos de diseño		<input type="checkbox"/>
Elaborar manual de redacción y estilo para notas		<input type="checkbox"/>
Difundir notas informativas mensuales		<input type="checkbox"/>
<b>Estrategia: Sistematizar campañas de difusión masiva</b>		
Elaborar mapeo de medios de comunicación		<input type="checkbox"/>
Elaborar mapeo de productoras		<input type="checkbox"/>
Establecer relaciones con medios y productoras		<input type="checkbox"/>
<b>Comunicación Interna</b>		
<b>Estrategia: Normalizar el proceso de requerimientos del Departamento de Comunicación</b>		
Estandarizar necesidades de áreas		<input type="checkbox"/>
Elaborar formato		<input type="checkbox"/>
Realizar taller con coordinadores		<input type="checkbox"/>
<b>Relaciones Públicas</b>		
<b>Estrategia: Exponer al Fontierras Regional de Quetzaltenango ante los líderes de opinión</b>		
Elaborar mapeo de líderes de opinión		<input type="checkbox"/>
Establecer relaciones		<input type="checkbox"/>

**Informes mensuales de avances:** estos deberán proporcionarse al coordinador regional así como a Comunicación y RRPP de Oficinas Centrales, indicando las acciones finalizadas, el seguimiento a las acciones pendientes y las acciones que encuentren problemas para realizarse.

Estas pueden aplicarse a la entrega o gestión de productos concretos como los utilizados en la implementación de la identidad visual, o la cantidad de exposiciones en medios de comunicación que se tengan durante el mes.

**Hojas de encuesta:** de uso interno, estas se harán circular con los públicos de nivel interno, quienes responderán tres preguntas en escala del 1 al 5 su punto de vista sobre la efectividad o no efectividad del apoyo recibido del departamento, siendo 5 el puntaje que refleje más satisfacción con lo recibido. Además, dos preguntas abiertas para indicar en qué consistió el apoyo y sus opiniones abiertas al respecto. Las preguntas para evaluar son las siguientes:

1. ¿Qué apoyo fue el recibido de parte del departamento de Comunicación Social?
2. ¿Cómo calificaría el trabajo de comunicación social?
3. ¿Fue rápida la respuesta del departamento de comunicación social?
4. ¿Se cubrió el trabajo planificado?
5. Por favor, háganos saber sus comentarios adicionales:

## Capítulo III: Presentación de Resultados

Fichas de Evaluación

Fichas de Control de Asistencia

Informe de Actividades

# Capítulo 3: Presentación de Resultados

## Oficina Regional del Fondo de Tierras de Quetzaltenango

### 3.1 Fichas de Evaluación



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

Guatemala, abril 2014

Señores (as) Supervisor (as)  
Presente

Estimados Señores (as) Supervisor (as)

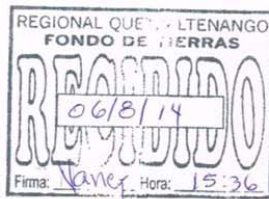
Reciban un cordial saludo y éxitos en sus actividades profesionales.

Por este medio solicito de manera atenta su valiosa colaboración con el(la) estudiante de EPS de licenciatura asignado(a) a su digno cargo, para que dentro de la supervisión, también se califique los siguientes aspectos: presentación, puntualidad, conducta, relaciones interpersonales, responsabilidad, profesionalismo y cumplimiento con los reglamentos internos de su Institución.

Para el efecto, le adjunto ficha con los requisitos que deberá evaluar, incluyendo control de asistencia, la cual deberá ser firmada y sellada diariamente.

Agradeciendo el apoyo y cooperación, me es grato presentarles muestras de consideración y estima.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



M.Sc. Sergio Vinicio Morataya  
Coordinador EPS de Licenciatura



cc. Archio

Edificio M2,  
Ciudad Universitaria, zona 12.  
Teléfonos: (502) 2418-8920  
(502) 2443-9500 extensión 1478  
Telefax: (502) 2418-8910  
[www.comunicacion.usac.edu.gt](http://www.comunicacion.usac.edu.gt)



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




Nombre: Gustavo Gordillo Granados Carne: 200916678

Institución o Empresa: Fondo de Tierras Oficina Regional Quetzaltenango Jefe o Encargado: Ing. William Sánchez Coordinador Regional a.i.

Presentación	Puntualidad	Conducta	Relaciones Interpersonales	Responsabilidad
10	10	10	10	10
Profesionalismo	Cumplimiento con los reglamentos internos de su Institución 10			
10				

Ing. Agr. William Polanco Sandoz Pera





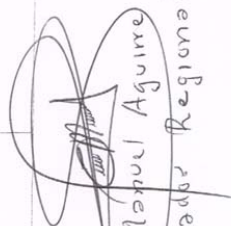
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
 EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS) 2014  
 Ficha de Práctica Profesional Supervisada (EPS)



Nombre: Gustavo Gardillo Granados Carne: 200916678

Institución o Empresa: Fondo de Tierras Oficina Regional Jefe o Encargado: Ing. César Manuel Aguirre Córdón, Coordinador Regional  
Quezaltenango

Presentación	Puntualidad	Conducta	Relaciones Interpersonales	Responsabilidad
10 EXCELENTE	10 EXCELENTE	10 EXCELENTE	10 EXCELENTE	10 EXCELENTE
Profesionalismo 10 EXCELENTE	Cumplimiento con los reglamentos internos de su Institución 10 EXCELENTE.			

  
 Ing. César Manuel Aguirre Córdón  
 Coordinador Regional

### 3.2 Fichas de Control de Asistencia



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: Gustavo Corzillo Granadas Carne: 200916678

Institución o Empresa: Fondo de Tierras Oficina Regional Quetzago, Jefe o Encargado: Ing. William Sánchez Coordinador Regional a.i.

Semana del 5 de mayo al 9 de mayo de 2014

DIA	HORAS TRABAJADAS	ACTIVIDAD DESARROLLADA	FIRMA DEL ENCARGADO	SELLO	FIRMA DEL SUPERVISOR	SELLO
Lunes	8	- Diseño de banners para colocación de señalización en las calles de Quetzal Tenango. - Elaboración de segunda propuesta de campaña radial del programa de arrendamiento. - Seguimiento a implementación de identidad visual en Usulután/gestión de permisos municipales para centralización en Agencias. - Diseño de invitación del Día de las Madres. - Apoyo a campaña de Regularización en Sebasta Blanca. - Diseño de volante para Regularización en las máquinas. - Finalización de instalación de vallas en Inshustructure.				
Martes	8					
Miércoles	8					
Jueves	8					
Viernes	8					

Total de horas: 40 Firma del supervisor: [Handwritten Signature]





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: Gustavo Gardillo Granados Carne: 200916679

Institución o Empresa: Fondo de Tierras Oficina Regional Quetzago Jefe o Encargado: Ing. William Sánchez Coordinador Regional a.i.

Semana del 12 de mayo al 16 de mayo de 2014

DIA	HORAS TRABAJADAS	ACTIVIDAD DESARROLLADA	FIRMA DEL ENCARGADO	SELLO	FIRMA DEL SUPERVISOR	SELLO
Lunes	8	- Apoyo en la divulgación del programa de Regularización en La Blanca. - Seguimiento a la instalación de Señalización para Agencias de Tierras - Producción de material impreso para campaña de Regularización en La Magdalena.				
Martes	8					
Miércoles	8					
Jueves	8					
Viernes	8					

Total de horas: 40 Firma del Supervisor: William Sánchez



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: Gustavo Gardillo Granados Carne: 200916678

Institución o Empresa: Fondo de Tierras Oficina Regional Quetzal Jefe o Encargado: Ing. William Sánchez Coordinador Regional a.i.

Semana del 19 de mayo al 23 de mayo de 2014

DIA	HORAS TRABAJADAS	ACTIVIDAD DESARROLLADA	FIRMA DEL ENCARGADO	SELLO	FIRMA DEL SUPERVISOR	SELLO
Lunes	8	- Participación en presentación de Estrategia de Comunicación para el Programa de Arrendamiento y requerimientos administrativos de comunicación. - Apoyo en divulgación del Programa de Regularización en La Máquina - Apoyo a CAS en Taller de Formación de Gestores y Gestoras.				
Martes	8					
Miercoles	8					
Jueves	8					
Viernes	8					

Total de Horas: 40

Firma del Supervisor: [Signature]



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: Gustavo Cardillo Coronados Carne: 200916678

Institución o Empresa: Fondo de Tierras Regional Quetzal Jefe o Encargado: Ing. William Sanchez Coordinador Regional a.i.

Semana del 26 de mayo al 30 de mayo de 2014

DIA	HORAS TRABAJADAS	ACTIVIDAD DESARROLLADA	FIRMA DEL ENCARGADO	SELLO	FIRMA DEL SUPERVISOR	SELLO
Lunes	8	- Apoyo en divulgación del programa de regularización en Lotificación El Rosario, Champertec.				
Martes	8	- Monitoreo de campaña radial de regularización.				
Miercoles	8	- Recepción de material de identidad visual cooperativa información y divulgación.				
Jueves	8	- Elaboración de notas para el Info-tierras				
Viernes	8					

Total de horas: 40 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: Gustavo González Coronados Carne: 200916678

Institución o Empresa: Fondo de Tierras Oficina Regional Quezaltenango Jefe o Encargado: Ing. William Sánchez Coordinador Regional a.i.

Semana del 2 de Junio al 6 de junio de 2014

DIA	HORAS TRABAJADAS	ACTIVIDAD DESARROLLADA	FIRMA DEL ENCARGADO	SELLO	FIRMA DEL SUPERVISOR	SELLO
Lunes	8	- Administración de material visual institucional en oficina regional y agencias de tierras. - Apoyo en entrevistas realizadas al coordinador regional en radios La voz de la esperanza en Retalhuleu, y La voz de la buena nueva en San Marcos. - Monitoreo de campaña radial de Regularización.				
Martes	8					
Miércoles	8					
Jueves	8					
Viernes	8					

Total de Horas: 40 Firma del Supervisor: William Sánchez



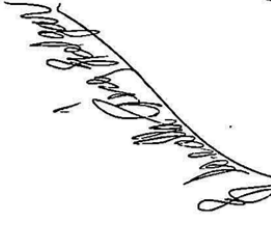
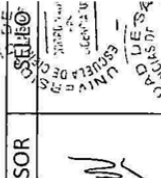


UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
 EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS) 2014  
 Ficha de Asistencia a Práctica Profesional Supervisada (EPS)


Nombre: Gustavo Cordillo Granados Carne: 200916678

Institución o Empresa: Fondo de Tierras Oficina Regional Quetzaltenango Jefe o Encargado: Ing. William Sánchez Coordinador Regional a.i.

Semana del 9 de junio al 13 de junio de 2014

DÍA	HORAS TRABAJADAS	ACTIVIDAD DESARROLLADA	FIRMA DEL ENCARGADO	SELLO	FIRMA DEL SUPERVISOR	SELLO
Lunes	8	Monitoreo de Campaña de Regularización				
Martes	8	- Monitoreo de entrevistas realizadas				
Miércoles	8	- Propuesta de organización				
Jueves	8					
Viernes	8					

Total de Horas: 40

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: Gustavo Corralillo Granados Carne: 200916678

Institución o Empresa: Fondo de Tierras Oficina Regional Jefe o Encargado: Ing. César Aguirre Coordinador Regional  
Quetzaltenango

Semana del 16 de junio al 20 de junio de 2014

DIA	HORAS TRABAJADAS	ACTIVIDAD DESARROLLADA	FIRMA DEL ENCARGADO	SELLO	FIRMA DEL SUPERVISOR	SELLO
Lunes	8	-Elaboración de nota Informativa sobre actividad del Día del Padre				
Martes	8	-Recopilación, digitalización y envío de boletas de nominación al Reconocimiento al Valor Humano				
Miércoles	8	-Distribución de material visual, volantes, afiches, logos, entre trabajadores de Oficina Regional y Agencias de Tierras				
Jueves	8					
Viernes	8					

Inicio de Horas: 40 Firma del Supervisor: [Handwritten Signature]



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: Justo Corcillo Coronados Carne: 200916678

Institución o Empresa: Fondo de Tierras Oficina Regional Quetzal Jefe o Encargado: Ingr. César Aguirre Coordinador Regional

Semana del 23 de Junio al 27 de Junio de 2014

DIA	HORAS TRABAJADAS	ACTIVIDAD DESARROLLADA	FIRMA DEL ENCARGADO	SELLO	FIRMA DEL SUPERVISOR	SELLO
Lunes	8	- Presentación de 3ra. propuesta de pauta radial para Campaña de Amengamiento				
Martes	8	- Elaboración de guión radiofónico para spot de adjudicación				
Miércoles	8	- Diseño de volantes informativos para programa de adjudicación				
Jueves	8	- Notas/entrevistas al coordinador regional y al Ing. William Sánchez en 5 radios y 1 canal de televisión de cobertura regional.				
Viernes	8					

Total de horas: 40

Firma del Supervisor: [Signature]



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: Gustavo González Coronados Carne: 200916678

Institución o Empresa: Fondo de Tierras Oficina Regional Quetzaltenango Jefe o Encargado: Ing. César Manuel Aguirre, Coordinador Regional

Semana del 01 de Julio al 4 de Julio de 2014

DIA	HORAS TRABAJADAS	ACTIVIDAD DESARROLLADA	FIRMA DEL ENCARGADO	SELLO	FIRMA DEL SUPERVISOR	SELLO
Lunes						
Martes	8	- Publicación del ImpoHerreras - Publicación de 4 bollets - Instalación de cartelera para Tierras en recepción de Oficina Regional				
Miercoles	8	- Promoción del programa de Adjudicación en Parcelamiento La Lollis Santa Cruz Muldas Rotakuluv				
Jueves	8					
Viernes	8					

Total de Horas: 32

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: Gustavo Garsilla Gaxandada Carne: 200916678

Institución o Empresa: Fondo de Tierras Oficina Regional Quetzaltenango Jefe o Encargado: Ing. César Aguirre, Coordinador Regional

Semana del 07 de Julio al 11 de Julio de 2014

DIA	HORAS TRABAJADAS	ACTIVIDAD DESARROLLADA	FIRMA DEL ENCARGADO	SELLO	FIRMA DEL SUPERVISOR	SELLO
Lunes	8	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Divulgación del programa de Adjudicación en lotificaciones Centro Urbano 2 y Sector B, Nueva Concepción, Escuintla</li> <li>- 2 bullets publicados</li> <li>- Logística del evento conmemorativo del 15 años aniversario del FANTINER</li> <li>- Elaboración de manual de redacción de notas informativas</li> </ul>				
Martes	8					
Miercoles	8					
Jueves	8					
Viernes	8					

Total de Horas: 40

Firma del Supervisor: Gustavo Garsilla Gaxandada



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: Gustavo González Granados Carne: 200916678

Institución o Empresa: Fondo de Tierras Oficina Regional Quetzaltenango Jefe o Encargado: Ing. César Manuel Aguirre, Coordinador Regional

Semana del 14 de Julio al 18 de Julio de 2014

DIA	HORAS TRABAJADAS	ACTIVIDAD DESARROLLADA	FIRMA DEL ENCARGADO	SELLO	FIRMA DEL SUPERVISOR	SELLO
Lunes	8	- Divulgación del programa de Adjudicación en Parcelamientos				
Martes	8	El Rosario, Champertico, Retalhues y El Arteses, Tiquisamb, Escuintla				
Miercoles	8	- Producción de material informativo				
Jueves	8	Impreso para divulgación de Adjudicación				
Viernes	8					

Total de Horas: 40 Firma del Supervisor: [Firma]



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: Gustavo Gordillo Granados Carne: 200916678

Institución o Empresa: Fondo de Tierras Oficina Regional Quetzaltenango Jefe o Encargado: Fray César Aguirre, Coordinador Regional

Semana del 21 de Julio al 25 de Julio de 2014

DIA	HORAS TRABAJADAS	ACTIVIDAD DESARROLLADA	FIRMA DEL ENCARGADO	SELLO	FIRMA DEL SUPERVISOR	SELLO
Lunes	8	- Montaje de quiosco y divulgación del programa de adjudicación en Paroelamiento El Arisco, Taxisca Escuintla				
Martes	8	- Producción de volantes informativos para campaña de Adjudicación				
Miércoles	8	- 7 bullets enviados y publicados				
Jueves	8	- Publicación de campaña radial de Arrendamiento				
Viernes	8	- Nota para Impotencias enviada				

Total de Horas: 40

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: Gustavo Gordillo Granados Carne: 200916678

Institución o Empresa: Fondo de Tierras Oficina Regional Quezaltenango Jefe o Encargado: Ing. César Aguirre, Coordinador Regional

Semana del 28 de Julio al 1 de agosto de 2014

DÍA	HORAS TRABAJADAS	ACTIVIDAD DESARROLLADA	FIRMA DEL ENCARGADO	SELLO	FIRMA DEL SUPERVISOR	SELLO
Lunes	8	-Entrega de Manual de Redacción de Notas Informativas para la Oficina Regional				
Martes	8	-Apoyo en reunión con autoridades locales del municipio San Juan Bautista, Sochitepéquez				
Miércoles	8	-Publicación de 5 boletines				
Jueves	8					
Viernes	--					

Total de Horas: 32

Firma del Supervisor:

### 3.3 Informe de Actividades

#### 3.3.1 Plan de Comunicación Corporativa

**Proceso:** Esta estrategia englobó acciones para la implementación de identidad visual en las Agencias de Tierras y Oficina Regional. Esta era también la estrategia que requería de más colaboración por parte de otras unidades de la institución y también era la que necesitaba de más capital. A continuación se muestra el *checklist* de las acciones correspondientes a esta estrategia:

<b>Identidad Corporativa</b> <b>Estrategia: Implementación de Identidad Visual</b>		
Pintar las instalaciones de Oficina Regional y Agencias de Tierras	Uspantán	<input checked="" type="checkbox"/>
	Mazatenango	<input checked="" type="checkbox"/>
	La Máquina	<input type="checkbox"/>
	Nueva Concepción	<input type="checkbox"/>
Instalación de vallas con mensajes institucionales en Agencias de Tierras	Uspantán	<input checked="" type="checkbox"/>
	Huehuetenango	<input checked="" type="checkbox"/>
	Mazatenango	<input checked="" type="checkbox"/>
	La Máquina	<input type="checkbox"/>
	Nueva Concepción	<input type="checkbox"/>
	Coatepeque	<input checked="" type="checkbox"/>
Reproducción e instalación roll ups y cuadros "Visión, Misión y Principios"	Quetzaltenango	<input checked="" type="checkbox"/>
	Huehuetenango	<input checked="" type="checkbox"/>
	Nebaj	<input checked="" type="checkbox"/>
	Uspantán	<input checked="" type="checkbox"/>
	Mazatenango	<input checked="" type="checkbox"/>
	La Máquina	<input checked="" type="checkbox"/>
	Nueva Concepción	<input checked="" type="checkbox"/>
	Coatepeque	<input checked="" type="checkbox"/>
Instalar buzón de sugerencias	Quetzaltenango	<input checked="" type="checkbox"/>
	Huehuetenango	<input checked="" type="checkbox"/>
	Nebaj	<input checked="" type="checkbox"/>
	Uspantán	<input checked="" type="checkbox"/>
	Mazatenango	<input checked="" type="checkbox"/>
	La Máquina	<input checked="" type="checkbox"/>
	Nueva Concepción	<input checked="" type="checkbox"/>

	Coatepeque	<input checked="" type="checkbox"/>
Gestionar material impreso		<input checked="" type="checkbox"/>
Gestionar material protocolario		<input type="checkbox"/>
Elaborar organigrama		<input type="checkbox"/>
Gestionar uniformes actualizados		<input checked="" type="checkbox"/>

Debido a la complicación de procesos administrativos, las agencias de La Máquina y Nueva Concepción no fueron pintadas ni les fueron instalados los rótulos con mensajes institucionales, ya que ambos trabajos eran realizados simultáneamente. El material protocolario que se solicitó fue insuficiente para abastecer a la región, pero el trámite ya está iniciado.

La última acción que quedó pendiente fue la elaboración del organigrama, pero ninguno de los propuestos fue aprobado.

### **3.3.1.1 Implementación de identidad visual**

En este apartado se engloban dos acciones del plan: pintar las instalaciones de seis de las siete Agencias de Tierras que dependen de la Oficina Regional, así como la instalación de rótulos que las identificaran con mensajes institucionales. A continuación se presentan los montajes sugeridos a las Agencias para que fueran aplicados en los trabajos de pintura. No se muestran los montajes de las agencias Coatepeque y Huehuetenango:



Fuente: Coordinación de Comunicación Social  
Agencia de Tierras Uspantán



Fuente: Coordinación de Comunicación Social  
Agencia de Tierras Mazatenango



Fuente: Coordinación de Comunicación Social  
Agencia de Tierras La Máquina



Fuente: Coordinación de Comunicación Social  
Agencia de Tierras Nueva Concepción



El diseño base para el rótulo institucional fue de 4 x 2 mts., adaptable a los tamaños requeridos de acuerdo a las instalaciones de las agencias.



Los resultados obtenidos en estas dos acciones fueron los siguientes:



Fuente: Silvia Pascual

Agencia de Tierras Uspantán al 21/jul/2014



Fuente: Silvia Pascual

Agencia de Tierras Mazatenango al 21/jul/2014



Fuente: Silvia Pascual

Agencia de Tierras Coatepeque al 21/jul/2014



Fuente: Silvia Pascual

Agencia de Tierras Huehuetenango al 21/jul/2014

La última imagen es únicamente de la colocación del rótulo, ya que la agencia se encontraba pintada previo al trabajo realizado en el EPS.

### **3.3.1.2 Reproducción e instalación de roll ups y cuadros con mensajes “Visión, Misión y Principios”**

Esta acción de la estrategia consistió en reproducir los materiales de identidad visual institucional y administrarlos para las Agencias de Tierras y en eventos de la Oficina Regional, constando de 24 roll ups y 24 cuadros. El diseño de cada una se muestra abajo:

Roll Ups de 2 x 0.80 mts



FONDO DE TIERRAS

## VISIÓN

**Comunidades agrarias sostenibles viven con dignidad**



[www.fon tierras.gob.gt](http://www.fon tierras.gob.gt)



FONDO DE TIERRAS

## MISIÓN

Facilitar el acceso a la tierra y la regularización de tierras del Estado a familias campesinas e indígenas en situación de pobreza, que contribuya al desarrollo rural integral y sostenible de comunidades agrarias.



[www.fon tierras.gob.gt](http://www.fon tierras.gob.gt)



FONDO DE TIERRAS

## PRINCIPIOS para el cambio

- ▶ **Equidad**
- ▶ **Transparencia**
- ▶ **Pertinencia Cultural**
- ▶ **Justicia Social**



[www.fon tierras.gob.gt](http://www.fon tierras.gob.gt)

Fuente: Coordinación de Comunicación Social

Cuadros 61 x 61 cms.



Fuente: Coordinación de Comunicación Social

El resultado alcanzado fue que se reprodujo 24 roll ups y se administraron a las Agencias de Tierras para su uso. A continuación se muestran fotografías antes y después de su instalación en la recepción de la Oficina Regional de Quetzaltenango:



Recepción de la Oficina Regional previo a instalación de cuadros y roll ups  
18/feb/2014 Fuente: Silvia Pascual



Recepción de la Oficina Regional de Quetzaltenango durante la instalación  
18/feb/2014 Fuente: Silvia Pascual



Cuadros “Visión, Misión y Principios” instalados  
al 15/jul/2014 Fuente: Silvia Pascual



Roll ups “Misión, Visión y Principios” instalados  
al 15/jul/2014 Fuente: Silvia Pascual

### 3.3.1.3 Instalación del Buzón de Sugerencias

Este buzón fue facilitado por la Coordinación de Comunicación Social en atención a la necesidad de medir la Atención al Beneficiario. Se presentó una propuesta de la boleta que los beneficiarios llenarían. A continuación se muestran fotografías del trabajo realizado en el marco de esta acción:





Instalación del buzón de sugerencias para beneficiarios  
18/feb/2014 Fuente: Silvia Pascual



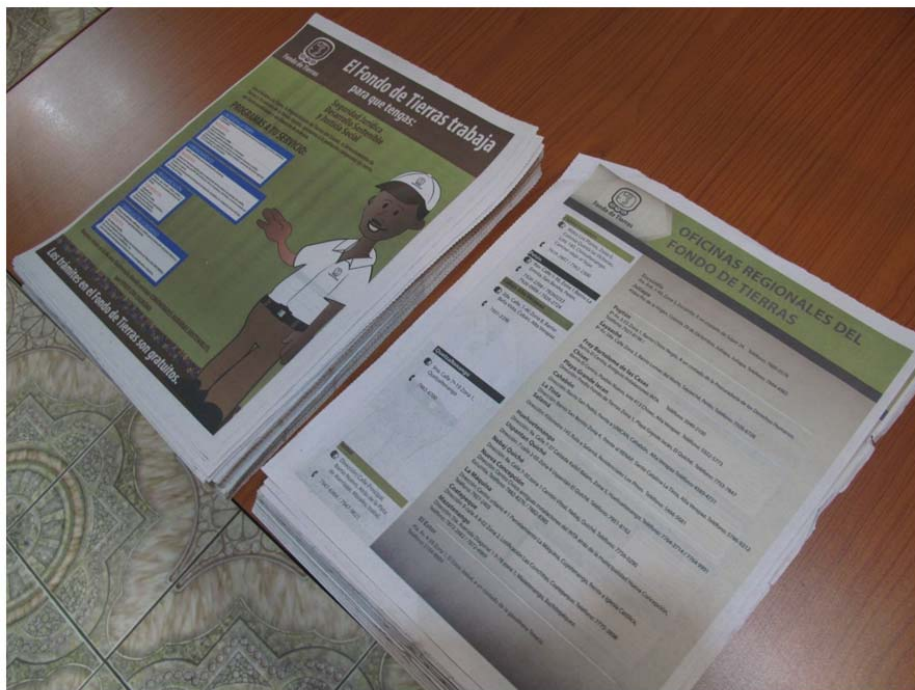
Buzón de sugerencias instalado en recepción de la Oficina Regional  
al 15/jul/2014 Fuente: Silvia Pascual

### 3.3.1.4 Material informativo impreso de los programas y servicios del Fondo de Tierras

Se distribuyó material informativo impreso en la Oficina Regional y Agencias de Tierras proporcionado por la Coordinación de Comunicación Social y RRPP. Tal material constó de 6 mil volantes y cincuenta afiches. A continuación se muestran imágenes de los productos gestionados:



Volantes en papel periódico al 28/may/2014 Fuente: Silvia Pascual



Diseño de los volantes gestionados al 28/may/2014 Fuente: Silvia Pascual



Afiches informativos se hicieron circular en Agencias de Tierras y puntos de interés para la institución tales como instituciones y municipalidades al 28/may/2014 Fuente:

Silvia Pascual

### 3.3.1.5 Uniformes para trabajadores y trabajadoras

Al no contar con un uniforme específico, se gestionó material POP como gorras y playeras con el logotipo del Fondo de Tierras para los trabajadores cuyo trabajo es fuera de las oficinas. Además se gestionaron camisas formales identificadas con el logotipo de la institución para los coordinadores de área así como camisas tipo polo para las y los encargados de agencia, quienes regularmente sostienen reuniones con autoridades y otras instituciones. A continuación se muestran los productos finales:



Gorras para personal de la región al 28/may/2014 Fuente: Silvia Pascual



Playeras para personal de la región en general al 28/may/2014 Fuente: Silvia Pascual



Camisas tipo polo para engargadas y encargados de agencia al 28/may/2014 Fuente: Silvia Pascual

Los resultados fueron medianamente satisfactorios ya que por razones administrativas no se pudieron completar todas las acciones planificadas, pero se hizo del conocimiento del personal administrativo que estas acciones se deberían realizar en cuanto se solucionaran los inconvenientes surgidos de imprevisto.

### **3.3.2 Plan de Comunicación Externa – Estrategia seleccionada como proyecto de EPS**

**Proceso:** Esta estrategia se inició con la creación del banco de imágenes a partir del mes de abril. Se contó con el apoyo de trabajadores de la región y de la Coordinación de Comunicación de oficinas centrales. Los primeros ensayos de las notas informativas fueron realizados para los Infotierras de los meses de mayo y junio, logrando un proceso sistemático a partir del mes de julio. En ese mes se contó con el diseño para la publicación del informativo regional, el cual fue publicado junto con el Infotierras a finales de mes. La nota principal del mes, que fue publicada en el Infotierras fue traducida al idioma quiché en una colaboración con la Academia de Lenguas Mayas (ALMG) de El Quiché, gestión realizada por el departamento de Comunicación Social de la Oficina Regional de Quetzaltenango.

A continuación se muestra el *checklist* correspondiente a esta estrategia:

<b>Comunicación Externa</b>	
<b>Estrategia: Elaboración y publicación periódica de notas informativas</b>	
Crear banco de imágenes	<input checked="" type="checkbox"/>
Gestionar formatos de diseño	<input checked="" type="checkbox"/>
Elaborar manual de redacción y estilo para notas	<input checked="" type="checkbox"/>
Difundir notas informativas mensuales	<input checked="" type="checkbox"/>

#### **3.3.2.1 Creación de Banco de Imágenes**

Entre las fechas del 17 de febrero al 31 de julio del año 2014, se recopiló y clasificó un total de mil sesenta y nueve (1069) fotografías para uso del Departamento de

Comunicación Social y RRPP de la Oficina Regional. La recopilación consistió en buscar el material más antiguo en bibliotecas personales de las y los trabajadores de la región, se solicitaron ante la Coordinación de Comunicación las fotos que tuviesen de la región durante los 15 años de historia de la institución y se aunaron a las fotografías tomadas durante el año, teniendo un banco que anticipe las temáticas de futuras necesidades que surjan para el departamento.

### **3.3.2.2 Gestión de formatos de diseño**

La retícula para la publicación de las notas informativas regionales consiste de un formato de dimensiones 2550 x 3300 píxeles, con espacio para dos ilustraciones. En el mes de julio fue la primera publicación producida completamente en la Oficina Regional. A continuación se presentan las imágenes respectivas:



Modelo de retícula utilizado para la publicación de notas informativas mensuales de la Oficina Regional

### 3.3.2.3 Elaboración de manual para la publicación de notas informativas

Se elaboró un manual explicando la elaboración de notas informativas de la Oficina Regional. La tabla de contenidos es la siguiente:

- a) Qué son las notas informativas del Fondo de Tierras: donde se explica la teoría de las notas periodísticas y en qué consisten las elaboradas por el departamento de Comunicación.



- b) Cuál es la función de las notas informativas: donde se justifica la implementación de estas notas de acuerdo a las necesidades de la institución.
- c) Qué utilidad tienen las notas informativas para la institución: donde se explica qué se espera lograr con estas publicaciones.
- d) Estructura de una nota informativa: donde se introduce al uso de las técnicas de redacción “Pirámide Invertida” y “5W” a partir de las partes de la nota informativa.
- e) Estilo: recomendaciones al redactor o redactora de las notas para conservar un estilo uniforme en las notas publicadas.
- f) Formatos: bullets, notas para infotierras y notas informativas mensuales: donde se explica el mecanismo para publicar las notas durante el mes. Además se explica la diagramación entre otros aspectos técnicos de las publicaciones.
- g) Difusión estratégica: donde se explica cómo debe ser la producción sistemática de notas informativas y de cómo hacerlas circular entre los públicos objetivo.
- h) Ortografía: normas básicas para el correcto empleo del lenguaje en la redacción de las notas informativas.
- i) Versiones en idiomas indígenas: breve reseña de la importancia de la traducción a idiomas indígenas para la institución. También se explica el proceso de gestión para la traducción de las notas.

A continuación se muestra el diseño de la portada del manual, el cual tiene dimensiones de 2667 x 2667 píxeles:

# Manual de Redacción de Notas Informativas



Diseño de portada del manual de redacción. Diseñado y maquetado por el epesista.

### 3.3.2.4 Difusión de notas informativas

El mes elegido para la difusión de notas informativas fue el mes de julio. La difusión para llevar a cabo esta estrategia requería de la publicación de “bullets”, es decir, pequeñas notas que transmitieran lo que estuviese sucediendo en el momento con sus respectivas fotografías, las cuales integrarán el banco de imágenes. El mínimo requerido de bullets semanales es de 3, teniendo un total mínimo de 12 al mes. De estas 12 notas se escogen tres para integrar el informativo regional mensual, agregando más extensión y detalles a cada nota hasta lograr una extensión de cerca de media cuartilla. Para la publicación principal, es decir, la publicación del Infotierras, se selecciona solamente una, la cual debe componerse de más párrafos y

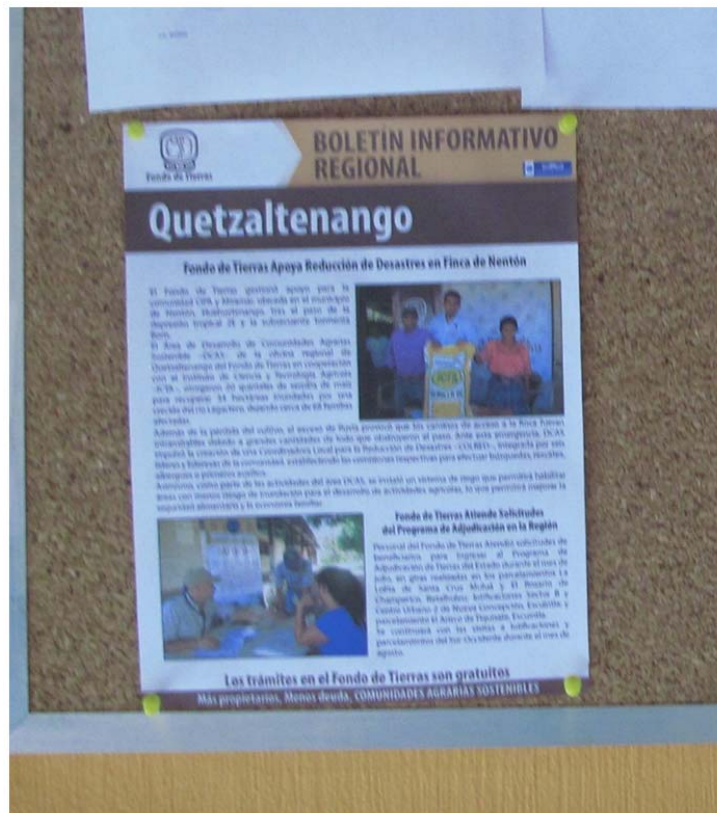
más detalles hasta hacer una cuartilla de texto, la cual será traducida a cualquier idioma indígena de la región.

La publicación del informativo regional se hace circular tanto física como electrónicamente entre públicos externos e internos. En la primera edición, es decir, la del mes de julio, se hizo circular electrónicamente entre los correos electrónicos institucionales del personal de la región, así como en los correos electrónicos de periodistas e instituciones afines y complementarias al tema agrario de la región.

A continuación se muestran imágenes de las publicaciones realizadas:



Bullet publicado en la página de Facebook oficial del Fondo de Tierras. Se publicaron 18 bullets durante el mes de julio



Publicación realizada postzada en la cartelera de la recepción de la Oficina Regional. Se hicieron circular cerca de 12 copias físicas y más de 60 electrónicas a públicos externos.

### Fondo de Tierras Apoya Reducción de Desastres en Finca de Nentón

El Fondo de Tierras gestionó apoyo para la comunidad Cipa y Miramar, ubicada en el municipio de Nentón, Huehuetenango, tras el paso de la depresión tropical 2E y la subsecuente tormenta Boris.

El Área de Desarrollo de Comunidades Agrarias Sostenibles -DCAS- de la oficina regional de Quetzaltenango del Fondo de Tierras, en cooperación con el Instituto de Ciencia y Tecnología Agrícola -ICTA-, otorgaron 20 quintales de semilla de maíz para recuperar 34 hectáreas inundadas por una crecida del río Lagartero, dejando cerca de 68 familias afectadas.

Además de la pérdida del cultivo, el exceso de lluvia provocó que los caminos de acceso a la finca fueran intransitables debido a grandes cantidades de lodo que obstruyeron el paso. Ante esta emergencia, DCAS impulsó la creación de una Coordinadora Local para la Reducción de Desastres -COLRED-, integrada por seis líderes y lideresas de la comunidad, esta, haciendo las comisiones respectivas para efectuar búsquedas, rescates, albergues o primeros auxilios.

La finca Cipa y Miramar fue entregada por el Fondo de Tierras en el año 2003. Actualmente cerca del 41% del uso de sus tierras está ocupado para cultivos, donde además de maíz se tiene frijol y cebollín, así como áreas con actividad forestal para proteger fuentes de agua.

Asimismo, como parte de las actividades del área DCAS, se instaló un sistema de riego que permitirá habilitar áreas con menor riesgo de inundación para el desarrollo de actividades agrícolas, lo que permitirá mejorar la seguridad alimentaria y la economía familiar.

Se espera que con la asistencia brindada por el Fondo de Tierras, los agricultores de la finca logren recuperar parte de los cultivos de maíz antes del mes de agosto, pero sobre todo que puedan anticiparse a lo que queda del invierno y de las posibles eventualidades climáticas que puedan existir en el resto de la temporada.

Traducción al quiché por la Academia de Lenguas Mayas de Guatemala



### RI WOKAJ FONDO DE TIERRA KTOB'ANIK RECH K'O TA K'AX PA RI TAQ'AJ NENTÓN

Ri wokaj Fondo de Tierra xuta ri tob'anik chi kech ri komon CIPA chi'i Miramar, wa' keriq'taj pa ri tinamit Nentón rech Nab'ju', xa rumal chi' xq'atan ri kaq'q' jab' ub'i' wab' E xuq'ujer' ri ub'i' Boris. Ri rube'wal ri komon che k'iwokom kib' -DCAS- ri uk'ol'ol'ol' K'o pa ri tinamit Xe' Lajuj' Noj' ye ri Fondo de Tierras xuq'ujer' ri tob'anaj ri -ICTA-, x'ixiya ri juwinaq kostar ri ja' rech ixim xa rumal k'aj k'izelej uwach ri kik'o'n xk'izajo rumal chi' xk'iy ri b'inej ja' ub'i' Lagartero, e oxk'al' wajaq'ib' ri ja winaq xk'inq ri K'ax'olil.

Man xuwil ta ri xk'izaj ri kik'o'n xuq'ujer' ri nima'q' taq'jab' xub'ano xub'an K'ax chi kech ri ub'e' ch'ich' rumal man ke'ok ta chi ri taq' ch'ich' xa rumal sib'alaj xaq'ol xumol rib'; rumal K'u wa' we K'ax'olil ri DCAS xuchomaj xuwok ri jun wokaj ub'i' COLRED chi upam wa' e k'o wajaq'ib' ach'ijab' oxq'ujer' che K'o k'ino'jo'ol' sa rumal x'ach ri k'ichak rech k'izajuj' su kib'ik' kib'ian che ri winaq'ib', k'izajuj' ri ja pa k'iximuj' kib' ch' K'o jun K'ax xuq'ujer' ri nab'e' taq' kunab'al k'ya' chi kech pa jun K'ax k'riq'tajik.

Ri taq'aj ub'i' CIPA chi'i Miramar x'ach rumal ri wokaj Fondo de Tierra pa ri junab' jo'q'o oxib' (2003). Chanim wane K'o pa nik'aj che ri uluw che k'aj chech ri tik'o'n'ik, are k'it'ik ri ixim, ri k'inaq' xuq'ujer' ri taq'aj' sib'o'y; man xuwil ta wa' xuq'ujer' kib'ik ri k'i' taq' che' rech k'it'ik ri uk'iyol' taq'ja'.

Xuq'ujer' rumal ri jalloj taq' chak kub'an ri DCAS, x'jeq'eb'ax ri ja'b'al tik'o'n xa K'ut' rech man ket'ik'o'n'ik ta chi ri winaq pa taq' ri uluw che pa k'icham' ri ja' xuq'ujer' kub'an K'ax che ri tik'o'n are chi' k'ajaj nima'q' taq' jab'; xa jwina' ri winaq K'o ri k'ina: man K'o ta numik xuq'ujer' man K'o ta jwina' che uk'iyol'ik ri kik'o'n.

K'q'ajaj b'a' che ruk' wa' we utob'anik ri wokaj Fondo de Tierra ri tik'onelab' rech ri taq'aj k'ixiy, uwach ri kik'o'n chi' use' kan ri wajaq'ib' ik' rech we junab' xuq'ujer' xa kut' kib' kib' che we jun q'ajaj rech we junab' xuq'ujer' k'ichomaj we ne k'ajaj sib'alaj jab'.


**Fontierras**  
 Te gusta · 29 de Julio

Me gusta · Comentar · Compartir

A 5 personas les gusta esto.

Escribe un comentario...

---

Personas que quizá conozcas Ver todas


**Wesner Rodas**  
 1 amigo en común

Anuncios Crea un anuncio



**Tigo Guatemala**  
 Dale me gusta y entra al mundo Tigo, el mundo de los que disfrutan las mejores promociones.  
 Me gusta esta página · A Carlos Fredo le gusta esta página

Nota del Infotierras traducida al idioma quiché. Dicha publicación fue hecha digitalmente por la Coordinación de Comunicación y Físicamente por el Departamento de Comunicación de la Oficina Regional



Vista de la publicación del Infotierras en la cartelera de la recepción de la Oficina Regional al 15/jul/2014 al 28/may/2014 Fuente: Silvia Pascual

Los resultados obtenidos fueron satisfactorios, ya que se sistematizó la publicación de notas informativas. Además, completaron todos los productos establecidos en la estrategia, la cual se evaluó en la siguiente etapa.

## Capítulo IV: Evaluación

Comunicación Externa –Proyecto de EPS–

Identidad Corporativa

## Capítulo 4: Evaluación

### 4.1 Comunicación Externa (estrategia seleccionada como proyecto de EPS)

Los pasos de la estrategia de Comunicación Externa incluidos en el *checklist* fueron los siguientes:

<b>Comunicación Externa</b>	
<b>Estrategia: Elaboración y publicación periódica de notas informativas</b>	
Crear banco de imágenes	<input checked="" type="checkbox"/>
Gestionar formatos de diseño	<input checked="" type="checkbox"/>
Elaborar manual de redacción y estilo para notas	<input checked="" type="checkbox"/>
Difundir notas informativas mensuales	<input checked="" type="checkbox"/>

La elaboración, publicación y difusión de notas informativas fue instaurada exitosamente en la Oficina Regional del Fondo de Tierras, generando los siguientes productos comunicacionales en los dos meses siguientes a la primera ejecución de la estrategia:

<b>Producto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Meta</b>
Bullets informativos	26	24
Informativo regional	2	2
Notas para Infotierras	2	2

### 4.2 Identidad Corporativa

A continuación se presenta el checklist actualizado hasta la fecha en que se elaboró este informe, donde se detalla la situación de los procesos que aún no han sido completados



<b>Identidad Corporativa</b> <b>Estrategia: Implementación de Identidad Visual</b>			
Pintar las instalaciones de Oficina Regional y Agencias de Tierras	Uspantán Mazatenango La Máquina Nueva Concepción	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Las agencias de tierras que no completaron la pintura se encuentran en un proceso de evaluación interna ya que requieren de reparaciones mayores antes de iniciar los trabajos de pintura.
Instalación de vallas con mensajes institucionales en Agencias de Tierras	Uspantán Huehuetenango Mazatenango La Máquina Nueva Concepción Coatepeque	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>	Las agencias pendientes de este paso se encuentran en proceso administrativo de aprobación
Reproducción e instalación roll ups y cuadros "Visión, Misión y Principios"	Quetzaltenango Huehuetenango Nebaj Uspantán Mazatenango La Máquina Nueva Concepción Coatepeque	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>	Completado
Instalar buzón de sugerencias	Quetzaltenango Huehuetenango Nebaj Uspantán Mazatenango La Máquina Nueva Concepción Coatepeque	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>	Completado
Gestionar material impreso		<input checked="" type="checkbox"/>	Completado
Gestionar material protocolario		<input type="checkbox"/>	La solicitud no ha sido procesada desde oficinas centrales
Elaborar organigrama		<input type="checkbox"/>	No ha sido aprobada la propuesta

		presentada
Gestionar uniformes actualizados	<input checked="" type="checkbox"/>	Completado

## Conclusiones y Recomendaciones

## Conclusiones

El Área de Comunicación Social de la Oficina Regional del Fondo de Tierras de Quetzaltenango logró establecer de manera exitosa un sistema de comunicación externa que visibilizara el trabajo de la institución en la región mediante la aplicación de una estrategia comunicacional que englobó la participación del personal, medios externos y formadores de opinión.

Los nuevos espacios alcanzados por el Área de Comunicación Social de la Oficina Regional del Fondo de Tierras de Quetzaltenango, permitieron que se replicase la nueva ruta por la que la gerencia de la institución desea conducirla a partir del año 2012 con la reestructuración propuesta en su Agenda Estratégica, proyectando una imagen renovada y tomando en cuenta los factores culturales y sociales de los públicos objetivo del Fondo de Tierras.

Al existir un Área de Comunicación para aplicar las técnicas propias de esta rama, la institución se benefició encontrando nuevas perspectivas que injerían en su quehacer. De esta forma se demostró que la sistematización de estos procesos desde una perspectiva de comunicación organizacional era una necesidad pasada por alto y tomada en cuenta cuando los resultados positivos se manifestaron.

Al descentralizar el trabajo de comunicación y ceder iniciativa al Área de Comunicación Regional, el Fondo de Tierras alcanzó un ejercicio más correcto, ya que fueron tomados en cuenta las situaciones propias que presentaba la región, por lo que se adaptaron de mejor manera los recursos disponibles.

## **Recomendaciones**

### **A la Escuela de Ciencias de la Comunicación:**

Propiciar lazos inter-institucionales con entidades que desarrollen trabajos similares al Fondo de Tierras, ya que la comunicación dentro de las organizaciones es una necesidad en ocasiones pasada por alto, por lo que sistematizando la llegada de especialistas de comunicación social, se estaría proporcionando primero, una alternativa para que las instituciones conozcan de las ventajas de contar con un departamento de comunicación; y segundo, una oportunidad para que las ciencias de la comunicación sean aplicadas correctamente en organizaciones, favoreciendo el enriquecimiento de la academia y la experiencia de los comunicadores.

Promover este modelo de Ejercicio Profesional Supervisado para que sea tomado en cuenta por otras unidades académicas, ya que es un programa ejemplar sobre cómo se pueden unificar las experiencias académicas y profesionales, además de llevar el conocimiento de la comunicación y aplicarlo junto con otras disciplinas.

### **Al Fondo de Tierras:**

Avanzar en la descentralización en las Áreas de Comunicación de las Oficinas Regionales más allá de que estas deban replicar el trabajo de la coordinación a nivel central, permitiendo un mejor ejercicio de la comunicación de acuerdo a las situaciones particulares de cada área.

Mejorar y fortalecer su sistema burocrático a nivel interno hasta donde sea posible, para agilizar los procesos que integran el trabajo no solo del Área de Comunicación, sino de las demás áreas que conforman la Oficina Regional.

## Bibliografía y E-Grafía

## Bibliografía y E-Grafía

### Citada:

Fondo de Tierras, 2012, *Agenda Estratégica Institucional 2012 – 2025 Direccionalidad de corto mediano y largo plazo*, Guatemala

Congreso de la República de Guatemala, *Decreto Número 24-99*, Guatemala, versión digital en <http://ns.fon tierras.gob.gt/pdf/LFONTIERRAS.PDF>, consultado el 21/1/2014

Congreso de la República de Guatemala. *Constitución Política de la República de Guatemala, Guatemala*, versión digital en [http://www.oas.org/juridico/MLA/sp/gtm/sp\\_gtm-int-text-const.pdf](http://www.oas.org/juridico/MLA/sp/gtm/sp_gtm-int-text-const.pdf), consultado el 21/1/14

### Consultada:

Charles, Mercedes, 1991, *El Diagnóstico de Comunicación: Gestor del Cambio*, versión digital.

BID/SINAC/MarViva, *Estrategia y Plan de Comunicación Manejo integrado de los recursos marino costeros en Puntarenas, Costa Rica*, versión digital.

Bernal Tamayo, Melissa, 2011, *Diagnóstico de Comunicaciones Fondo de Empleados Grupo Éxito Presente*, Colombia, versión digital.

Díaz Gavillán, Yasmín Karín, 2001, *Desarrollo de la imagen institucional del Colegio Santa María de Matellini de Chorrillos a través de la planificación estratégica*, Perú, versión digital en [http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/tesis/human/diaz\\_gy/Cap3.PDF](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/tesis/human/diaz_gy/Cap3.PDF), consultado el 24/2/2014

Plataforma del Voluntariado de España, *Elaboración de un Plan de Comunicación*, España, versión digital.

Pyme, 1997, *Como elaborar el plan de comunicación*, Manuales Prácticos de la PYME, España, versión digital.

## Anexos

Entrevistas

Hoja de Encuesta

Fotografías



# Anexos

## Entrevistas

### Entrevista al Coordinador Regional Interino, Ing. William Sánchez

**¿Cuánto tiempo lleva funcionando el departamento de comunicación (de la oficina regional de Quetzaltenango)?**

Desde que comenzó Silvia (Pascual), a partir de este año, ya como lo que es comunicación social, a parte en las oficinas centrales; pero ya directamente aquí en la regional yo tengo el conocimiento que este año ya Silvia toma el área de comunicación social.

**¿Qué instrucciones recibe Ud. para orientar el trabajo del departamento de comunicación de acuerdo a los objetivos que tiene la institución?**

Pues las instrucciones que yo tengo, es apoyar todo lo que es la parte de comunicación social en la parte administrativa y de gestión. Esa es la instrucción que yo tengo, darles el apoyo, y en el momento dado, darles el apoyo cuando se requiera del personal para algún acto o alguna cuestión que haya que hacer.

**¿Tiene Ud. conocimiento del trabajo del de comunicación y relaciones públicas que realiza este departamento?**

Fíjese que como es reciente el departamento de acá, el único conocimiento es que se está trabajando en lo que es la cuestión de los rótulos. La rotulación, el acompañamiento, y un tema de comunicación que se está haciendo en varias agencias para hacer unos estudios que hay que ir a hacer a las diferentes agencias que tenemos acá, entonces ella (Silvia Pascual) estuvo acompañando en ver que se manejaran todas las empresas, los volantes y todo eso, estuvo acompañando ella esa parte de dar a conocer.

**¿Cuál piensa Ud. que sería un logro importante de este departamento de comunicación?**

El logro importante es que el Fondo de Tierras impacte a nivel nacional. Yo he visto que aquí el Fondo de Tierras hace muchas cosas, pero que se quedan y que no se dan a conocer, entonces a través del departamento de comunicación social lo que queremos es que el Fondo de Tierras se dé a conocer, de lo que hace, y tenga un impacto no solo a nivel regional sino a nivel nacional.

**¿De qué forma piensa Ud. que podría alcanzarse ese impacto?**

Hay varias formas: primero dando a conocer el trabajo que realiza el Fondo de Tierras. Otra forma es haciendo rótulos para que conozca la gente a nivel de carreteras, a nivel de departamentos, de municipios. Y otra forma es cambiarle, ya se le cambió la imagen a las oficinas y todo... Seguir trabajando en esa parte, verdad.

**¿Actualmente cuál piensa Ud. que es la principal necesidad de comunicación que tiene la oficina regional?**

Hay varias necesidades, ahora que comienza el departamento hay que aprovechar. Primero tenemos, como usted se da cuenta allí, la publicidad que necesitamos nosotros, de folletos estoy hablando, algunos afiches, o algo que la gente pueda visibilizar más en las oficinas.

**O sea, es la necesidad prioritaria...**

Más que todo, yo recuerdo que hay algunas instituciones que dan a conocer el trabajo trimestral o semestral que hacen a través de folletos, a través de pequeñas como revistas. El Fondo de Tierras actualmente no lo tiene. Si usted se da cuenta tampoco se tienen grandes espacios publicitarios a nivel de televisión, a nivel de radio; hasta ahorita suenan por ahí algunas cuestiones del Fondo de Tierras, pero de ahí no pasamos. Hace falta más trabajar esa área.

**¿Para Ud. qué eje del departamento de comunicación es el de más importancia: el de imagen institucional; el de relaciones públicas con los medios de comunicación, políticos, líderes de opinión; o el traslado de información hacia los beneficiarios?**

Mire, todas son importantes. Si usted quiere que le responda una más importante...

**Es que todo es en base a los objetivos, en base al plan estratégico y demás...**

Fíjese que las tres se interrelacionan, yo no podría decir cuál de todas es. El Fondo de Tierras está inmerso en los tres ejes. Primero la imagen institucional que ya en esta administración se ha ido trabajando bastante. La interrelación con los actores tanto políticos, como locales también es importante; y hacer llegar a los beneficiarios... Esa parte está un poquito más fortalecida, porque esa parte sí se ha trabajado bastante. Entonces la cuestión es ir fortaleciendo los otros dos ejes, que sería la imagen que ya lleva, considero yo, bien avanzado. Ahora la interrelación con los diferentes actores también debería de fortalecerse. Para mí que los tres son integrales para el Fondo de Tierras. No miro yo alguna prioridad.

**A nivel interno ¿piensa Ud. si hay alguna necesidad de comunicación, entre departamentos, entre empleados?**

Mire, como aquí los departamentos son pequeños, yo diría que la comunicación siempre ha sido inclusive de forma directa. Usted se da cuenta aquí en las oficinas... Cuando una empresa es grande es cuando se hace necesario un plan de comunicación para que el mensaje en la misma línea llegue. O sea a nivel de la oficina nosotros no creeríamos que haya ninguna. La comunicación se da en forma directa, indirecta a través de teléfono.

**¿Y con las demás agencias del Fondo de Tierras que están en el occidente?**

Allí la comunicación es un poco más vía telefónica, ¿verdad?, sin embargo tampoco yo creería, digamos que si hablamos de que hubiera una comunicación como a la que usted se está refiriendo en su pregunta, tenemos todos los medios, tenemos el internet, tenemos el teléfono, y vía cargo todo lo que hay que comunicar. Yo no creería que hubiera algún problema.

**¿Y son bien utilizados esos medios también?**

Pues sí, no sé si usted me lo enfocaría a decir cómo utilizarlos... Las herramientas que nosotros tenemos son herramientas de trabajo. Yo creo que lo que habría que fortalecer sería más lo de comunicación hacia afuera, no a nivel interno, ya que tenemos todas las herramientas ahorita.

## **Entrevista al Director de Comunicación Social y RRPP, Lic. Brandon Batres**

### **¿Cuánto presupuesto tiene el departamento de comunicación y rrpp? (central y Quetzaltenango)**

El tema principal es que desde la gestión del Gerente, esto cambio pues como podrás ver en la agenda estratégica existe un diagnóstico, de reputación que es fundamentalmente de comunicación en el cual se describe ampliamente la situación.

### **¿Qué medios de comunicación son los que principalmente difunden la información generada en Fontierras? (de ser posible te pido alguna muestra reciente de las publicaciones o similar)**

Contamos con una iniciativa de no gastar más de lo indicado en difusión, esto nos lleva a un exhaustivo plan de manejo de medios lo que nos lleva a aumentar las menciones en medios

Te adjuntare el análisis de recuperación para que lo veas

### **¿Cuál es la visión que se tiene respecto al departamento de comunicación de Quetzaltenango?**

Que cubra la necesidad de socializar los, programas las políticas. Por eso la partición yo manejo imagen, medios, divulgación y la Lic. Justa comunicación antropológica etc.

### **¿Cuál sería un logro importante del departamento de comunicación de Quetzaltenango?**

Producir los instrumentos de análisis como: mapeos de medios, mapeo de autoridades, mapeo de comunidades y de líderes comunitarios; para poder generar estrategias y posteriormente campañas, generar notas positivas, producir boletines, generar banco fotográfico profesional, documentar testimonios de beneficiarios.

## **Hoja de Encuesta**

### **Encuesta de Diagnóstico**

Departamento de Comunicación

---- Fondo de Tierras ----

Oficina Regional de Occidente

- 1. ¿Conoce usted el trabajo del Departamento de Comunicación Social de la Oficina Regional de Occidente del Fondo de Tierras?**

Sí

No

- 2. ¿Cuál de las siguientes es para usted la función más importante del Departamento de Comunicación de la Oficina Regional de Occidente?**

- Relaciones Públicas (con medios de comunicación, líderes de opinión, actores de poder)
- Divulgación (nivel interno y externo)
- Promoción (con beneficiarios)

**3. ¿Cuál piensa usted que sería un logro importante del Departamento de Comunicación Social de la Región Occidente?**

- Establecer relaciones públicas
- Alcanzar la correcta difusión entre beneficiarios
- Dar a conocer el trabajo de la Región Occidente a nivel externo
- Dar a conocer el trabajo de la Región Occidente dentro de la institución
- Mejorar la comunicación interna
- Otro:

**4. ¿Qué tan importante piensa usted que es la exposición de la Oficina Regional de Occidente en los medios de comunicación ATL (radio, TV, impresos)?**

- Muy importante
- Importante
- No es importante

**5. ¿Qué tan importante piensa usted que es la exposición de la Oficina Regional de Occidente en los medios web?**

- Muy importante
- Importante
- No es importante

**6. ¿Piensa usted que son notorios los cambios de identidad visual que se han llevado a cabo en la Región Occidente?**

- Sí
- No

**7. ¿Conoce usted las funciones del Departamento de Comunicación de la Oficina Regional de Occidente?**

- Sí
- No

**8. ¿En qué área trabaja usted?**

- Coordinación Técnica
- Área Jurídica
- Área Administrativa
- CAS
- Atención al Público
- TICs
- Otra:

**9. ¿Piensa usted que en su área de trabajo es necesario el apoyo del Departamento de Comunicación?**

- Sí
- No

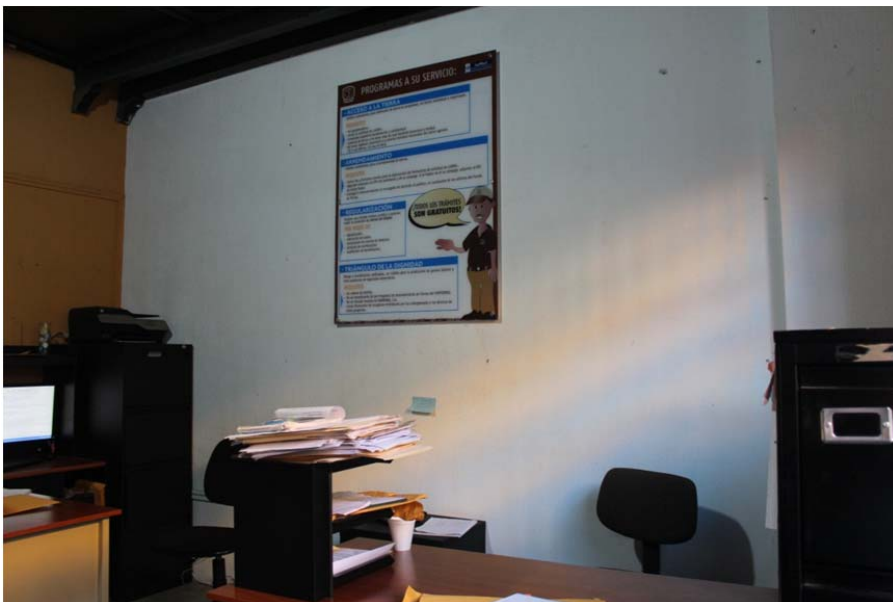
**10. Si su respuesta fue Sí, ¿A qué nivel es necesario este apoyo?**

- Interno
- Externo
- Ambos

## Fotografías



Exterior de la Oficina Regional del Fondo de Tierras 26/feb/2014 Fuente: Silvia Pascual



Espacio de recepción para Atención al Público y Asistente Administrativa, previo a cambios 18/feb/2014 Fuente: Silvia Pascual



Sala de reuniones, previo a cambios 18/feb/2014 Fuente: Silvia Pascual



Recepción, previo a cambios 18/feb/2014 Fuente: Silvia Pascual