

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



**PROYECTO: PLAN DE COMUNICACIÓN PARA
EL DESARROLLO DE CENTRO PROSAME**

CAROL DABEYBA ARRIAZA ELIAS

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, Noviembre de 2015

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

“PROYECTO: PLAN DE COMUNICACIÓN PARA
EL DESARROLLO DE CENTRO PROSAME”

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

CAROL DABEYBA ARRIAZA ELIAS

Previo a optar el título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, Noviembre de 2015

Consejo Directivo

Director

Lic. Julio Moreno Sebastián

Secretaria Administrativa

M.A. Claudia Molina

Representantes Docentes

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor Carillas Brán

Representante de Egresados

Lic. Michael González Bártres

Representantes Estudiantiles

Pub. Joseph Mena

Pub. Carlos León

Coordinador de EPS

Lic. Luis Pedroza Gaytán

Supervisora de EPS

Licda. Sandra Hernández y Hernández

Guatemala, 29 de septiembre de 2015

Lic. Luis Pedroza
Coordinador
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Licenciado Pedroza:

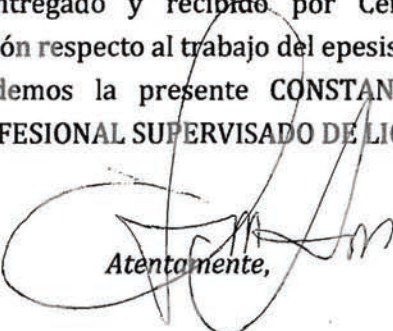
Reciba un cordial saludo de Centro ProSaMe, esperando que sus actividades se desarrollen con éxito.

Por medio de la presente, hacemos constar que Carol Dabeyba Arriaza Elias, quién se identifica con DPI 2608 45914 0101 y número de carné 200722183 de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y, previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación; realizo el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta entidad específicamente, en el departamento de comunicación, cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica que comprendió del 5 de mayo al 31 de julio del año en curso.

Realizando durante el tiempo estipulado actividades en base al proyecto "Plan de Comunicación para el desarrollo de Centro ProSaMe", todo con el material comunicacional respectivo debidamente entregado y recibido por Centro ProSaMe Por lo cual manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del epesista (a).

En tal virtud, extendemos la presente CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA.

Atentamente,



Julita Alonso
Directora

Centro ProSaMe
7a. Av. 7-78, Z. 4
Edificio Centroamericano Of. 1101
Tel.: 2332-3282



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

Guatemala, 23 de octubre de 2015

Estudiante
Carol Dabeyba Arriaza Elias
Carné: 200722183
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

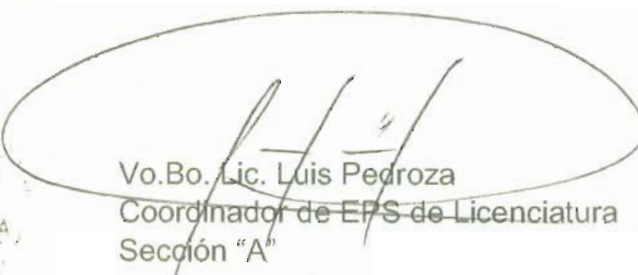
Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final del Proyecto de EPS de Licenciatura con título: "PLAN DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO DE CENTRO ProSAME"

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. Sandra Hernández y Hernández
Supervisora de EPS Licenciatura




Vo.Bo. Lic. Luis Pedroza
Coordinador de EPS de Licenciatura
Sección "A"



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfono: (502) 2418-8920
Telefax: (502) 2418-8910
www.comunicacionusac.org

*“Deja en manos de Dios todo lo que haces,
y tus proyectos se harán realidad”.*

Proverbios 16:3

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

ACTO QUE DEDICO A:

Principalmente a DIOS, por ser mi mayor mentor, mi apoyo incondicional, por darme sabiduría y fuerzas para seguir adelante. Por los triunfos y los momentos difíciles que me han enseñado a valorarlo cada día más.

A mi padre, Edel Arriaza, gracias por ser mi padre, por tanto apoyo y comprensión, que con sus sabios consejos oriento mis pasos por el camino correcto. Papá este es un logro que quiero compartir contigo, gracias papá.

A mi madre, Sonia Elias, eres la mejor mamá del mundo, gracias por todo tu esfuerzo, tu apoyo y por toda la confianza que depositaste en mí y por estar siempre a mi lado. Te quiero mamá.

Muy especialmente a una personita que me ha dado mucho amor y ha creído en mí siempre, impulsándome a seguir adelante. Sol de mis días y dueño de mi corazón, mi hijo, Justin.

A mis hermanas Jenny, Elmy y mi hermano Anderson, por su apoyo y ánimo en todo este camino.

Por ultimo a las personas que ya no me acompañan en este mundo, pero sé que si pudieran verme, disfrutarían con orgullo este éxito en mi vida.

“Pero los que esperan a Jehová tendrán nuevas fuerzas; levantarán alas como águilas; correrán y no se cansarán; caminarán, y no se fatigarán”.

Isaías 40:31

AGRADECIMIENTO

La vida se encuentra plagada de retos, y uno de ellos es la universidad. Tras verme dentro de ella, me he dado cuenta que más allá de ser un reto, es una base no solo para mi entendimiento del campo en el que me he visto inmersa, si no para lo que concierne a la vida y mi futuro.

Le agradezco a:

La Universidad de San Carlos de Guatemala por el apoyo y los conocimientos impartidos a lo largo de toda mi carrera, contribuyendo a mi formación moral y profesional.

A Centro ProSaMe especialmente a la Directora Julita Alonso por darme la oportunidad de realizar mi proyecto de Ejercicio Profesional Supervisado en esta organización, que tiene a bien dirigir, y al personal que en ella labora por la colaboración y tiempo dedicado al desarrollo del proyecto.

RESUMEN

Nombre de la Institución:

Centro ProSaMe

Nombre del Proyecto:

Plan de comunicación para el desarrollo de Centro ProSaMe.

Objetivos del Proyecto:**General:**

Creación de un departamento de comunicación para mejorar y consolidar la valoración de ProSaMe como centro de ayuda psicológica en la ciudad de Guatemala.

Específicos:

- Coordinar de manera efectiva los canales de comunicación y los recursos de Centro ProSaMe.
- Proporcionar información sobre Centro ProSaMe y su función dentro de la sociedad Guatemalteca.
- Difundir las acciones, el trabajo, los eventos, las experiencias y los servicios que ofrece Centro ProSaMe.
- Concientizar la importancia de la salud mental de niños y adolescentes con problemas conductuales o emocionales en la ciudad de Guatemala.

En el presente informe se puede constatar los problemas comunicacionales en Centro ProSaMe y el uso inadecuado de los canales de comunicación dentro de la organización. Por consiguiente para la investigación del mismo se hizo uso de técnicas tales como observación, documentación, entrevista y encuesta, dejando al descubierto el principal problema la falta de recursos humanos, puesto que Centro ProSaMe no contaba con un departamento de comunicación.

Para la ejecución del plan de comunicación se implementó la oficina de comunicación, se realizó la campaña de concientización “lo que un niño piensa y siente sí importa” a través de redes sociales, se actualizó material de información y página web y se implementó el programa de prácticas profesionales. Con el cumplimiento de las estrategias, se determinó la efectividad de las mismas y se logró cumplir con los objetivos del proyecto.

INTRODUCCIÓN

Este proyecto tiene como propósito plasmar en la práctica los conocimientos adquiridos en la vida universitaria durante estos últimos años. Al crear un Departamento de Comunicación para mejorar y consolidar la valoración de ProSaMe como centro de ayuda Psicológica para las familias de bajos recursos que presentan problemas intrafamiliares.

Centro ProSaMe es una organización sin fines de lucro encargada de promover la salud mental de niños y adolescentes con problemas conductuales y emocionales dentro de la ciudad de Guatemala. Desde el 14 de febrero de 2010 que es la fecha en la que inicia como organización Centro ProSaMe no ha contado con un departamento específico que se encargue de la comunicación tanto interna como externa.

Este proyecto pretende implementar un departamento de comunicación el cual estará conformado por un director profesional en comunicación, un diseñador gráfico y un periodista estos últimos voluntarios. Se desarrollará una campaña de información y concientización “lo que un niño piensa y siente sí importa” la cual se llevará a cabo durante los meses de junio y julio, impartiendo charlas en centros educativos dentro de la ciudad de Guatemala.

Se ha revisado la conceptualización y visión en lo que a planificación de la comunicación externa se refiere, así como también, la ejecución de proyectos y las herramientas para poder llevarlo a cabo.

JUSTIFICACIÓN

A partir del diagnóstico realizado surgieron una serie de problemáticas dentro de la organización, por ello se decidió efectuar el proyecto de la creación de un departamento de comunicación, mediante el cual se pueda efectuar una propuesta comunicacional que sea capaz de satisfacer las necesidades de ProSaMe.

Para Centro ProSaMe es muy necesario definir una estrategia de comunicación que potencialice toda la información de la organización para empezar a consolidar la valoración de ProSaMe como Centro de ayuda Psicológica que se adapte al medio idóneo con los recursos financieros y humanos que posee.

El contenido de lo que comunicamos y los canales a través de los cuales comunicamos esos contenidos son la base para que el proceso de la comunicación sea eficaz. Por tanto, son necesarias la claridad y concreción en el contenido, el conocimiento y la habilidad para correlacionar informaciones así como también una sintonía de intereses que intervienen en el proceso.

INDICE

RESUMEN.....	V
INTRODUCCIÓN.....	VI
JUSTIFICACIÓN.....	VII

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO.....	2
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO.....	2
1.1.1. Objetivo General.....	2
1.1.2. Objetivos Específicos.....	2
1.2. LA INSTITUCIÓN.....	2
1.2.1. Ubicación Geográfica.....	2
1.2.2. Integración y Alianzas estratégicas.....	2
1.2.3. Breve Historia de ProSaMe.....	3
1.2.4. Departamentos.....	4
1.2.5. Misión.....	5
1.2.6. Visión.....	5
1.2.7. Objetivos Institucionales.....	5
1.2.8. Público Objetivo.....	5
1.2.9. Organigrama.....	6
1.3. METODOLOGÍA.....	7
1.3.1. Descripción del método.....	7
1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección.....	7
1.3.3. Cronograma del Diagnóstico.....	9
1.4. RECOPIACION DE DATOS.....	10
1.4.1. Ficha de las entrevistas.....	10
1.4.2. Resultado de las entrevistas.....	10
1.4.3. Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos entre Entrevistados.....	11
1.4.4. Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las Encuestas.....	12
1.5. Radiografía de ProSaMe FODA.....	21
1.5.1. Fortalezas.....	21
1.5.2. Oportunidades.....	21
1.5.3. Debilidades.....	22
1.5.4. Amenazas.....	22

CAPITULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN.....	24
2.1 .ANTECEDENTES COMUNICACIONALES.....	24
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN.....	24
2.2.1. Objetivo General.....	24
2.2.2. Objetivos Específicos.....	25
2.3. PÚBLICO OBJETIVO.....	25
2.4. MENSAJE.....	26
2.5. ESTRATEGIAS.....	27
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN.....	28

CAPITULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN.....	34
3.1. PROYECTO DESARROLLADO.....	34
3.1.1. Financiamiento.....	34
3.1.2. Presupuesto.....	34
3.1.3. Beneficiarios.....	35
3.1.4. Recursos humanos.....	35
3.1.5. Áreas geográficas de acción.....	35
3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS.....	36
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	43
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO.....	44

CONCLUSIONES.....	45
RECOMENDACIONES.....	46
GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	47
BIBLIOGRAFÍA.....	50
EGRAFÍA.....	51
ANEXOS.....	52
Transcripción completa de entrevista.....	53
Modelo de la encuesta.....	54
Vaciado de la encuesta.....	56
Story Board de audiovisuales.....	57
..Fotografías.....	64

*“Una visión sin acción es solo un sueño.
Una acción sin una visión no tiene sentido,
pero una acción con visión llevada a la práctica
puede cambiar al mundo”.*

Joel Barker

CAPITULO I

DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN DE

CENTRO PROSAME

1. DIAGNOSTICO DE COMUNICACIÓN DE CENTRO PROSAME

1.1 OBJETIVOS DE DIAGNÓSTICO

1.1.1 Objetivo General

Creación del Departamento de Comunicación en Centro ProSaMe, procurando así un elemento de información acorde a las políticas institucionales y comunicacionales.

1.1.2 Objetivos Específicos:

- Conocer la opinión de la población en general, sobre la importancia del departamento de comunicación en organización.
- Establecer mediante la observación y en base a encuestas, la necesidad de implementar un departamento de comunicación en centro ProSaMe.
- Realizar una propuesta de comunicación a raíz de los resultados obtenidos para justificar la creación del departamento.

1.2 INSTITUCIÓN

Nombre de la institución: ProSaMe (Promoviendo la Salud Mental) Clínicas Psicológicas

1.2.1 Ubicación Geográfica

El centro ProSaMe se ubica en la 7ª. Avenida 7-78 zona 4, edificio Centroamericano Pent House, Oficina 1101.

1.2.2 Integración y Alianzas Estratégicas

El Centro ProSaMe ha trabajado en alianzas con empresas, para las cuales ha organizado talleres y conferencias para empleados y clientes. En alianza con Grupo

Solid, Radio Punto y Editorial Santillana, se ha tenido la iniciativa de realizar talleres sobre la integración familiar.

Actualmente ProSaMe trabaja en alianza con las universidades Francisco Marroquín y Rafael Landívar, con las cuales se tiene un convenio de referencia (ellos refieren a pacientes que por la dificultad del caso no pueden tomar, y ProSaMe refiere para evaluaciones).

1.2.3 Breve historia de ProSaMe

ProSaMe surgió el 14 de febrero de 2010 con el interés de un grupo de psicólogos recién graduados de iniciar un centro que permitiera brindar atención psicológica a bajo costo para que las familias pudieran acceder a la ayuda necesaria.

El lapso de inscripción en el Ministerio de Gobernación y en la SAT fue de un año, durante el cual, se inició una labor de hormiga, realizando actividades para recaudar fondos que ayudaran a la construcción de la sede. Hace 4 años se pudo alquilar e iniciar dicha construcción en la sede actual, y luego de 3 años se logró terminar la segunda fase del proyecto al terminar de construir 4 clínicas más.

ProSaMe cuenta con clínicas donde se brinda atención psicoterapéutica a niños adolescentes y adultos de Guatemala que presentan problemas emocionales y de conducta. El trabajo con una base interdisciplinaria permite la evaluación y tratamiento de esta problemática, desde los factores de mayor influencia; psicológico, médico y educativo.

En el 2014 se llegó a las 4,000 sesiones de terapia, trabajando con talleres, conferencias y programas de radio que permitan informar a más personas sobre la salud mental infantil. De las actividades que ProSaMe ha realizado se mantienen como eje central la atención clínica. ¹

¹ J. Alonso. (comunicación personal, entrevista 17 de febrero, 2015).

1.2.4 Departamentos o dependencias de ProSaMe

Centro ProSaMe actualmente no cuenta con un manual donde indique como está conformada la institución, por tal razón Julita Alonso: presidenta de ProSaMe, proporciono la información de cómo está estructurada la institución y se detalla a continuación.

Junta Directiva:

Presidente: Julita Alonso

Vicepresidente: Angélica Mirón

Secretaria: María Andrea Guzmán

Tesorera: Ana María Valle

Vocal 1: Patricia Quevedo

Vocal 2: Juan Diego Guerra

Vocal 3: Regina Menéndez

Unidad administrativa:

Secretaria: Alicia de Ochoa

Asistente: Héctor Ochoa

Directora de Clínica, Julita Alonso

Encargada de la logística en las actividades que se realizan, así como la participación en talleres y capacitaciones y la unificación de resultados de las mismas.

Encargada de Talleres, Ana María Valle

Coordina proyectos, formula y ejecuta, es facilitadora de los talleres impartidos por el centro.

1.2.5 Misión

El centro brinda una práctica interdisciplinaria para la atención y promoción de la salud mental, fundamentada en principios éticos que busquen como fin principal el bienestar de niños y adolescentes, apoyando así la integración familiar y social del país.²

1.2.6 Visión

El centro considera trascender como la organización de mayor impacto en fomentar un trabajo clínico que permita a los niños y adolescentes hacer uso eficiente de sus recursos para enfrentar los retos socioculturales de forma adecuada, procurando el bienestar integral y convirtiéndose en agentes de cambio para la sociedad.³

1.2.7 Objetivos institucionales

- Fomentar en niños y adolescentes a encontrar la forma de hacer la diferencia con lo que cada uno tiene.
- Salir de la posición de espectadores, para promover un cambio en la sociedad.
- Establecer una imagen positiva ante el público en general.

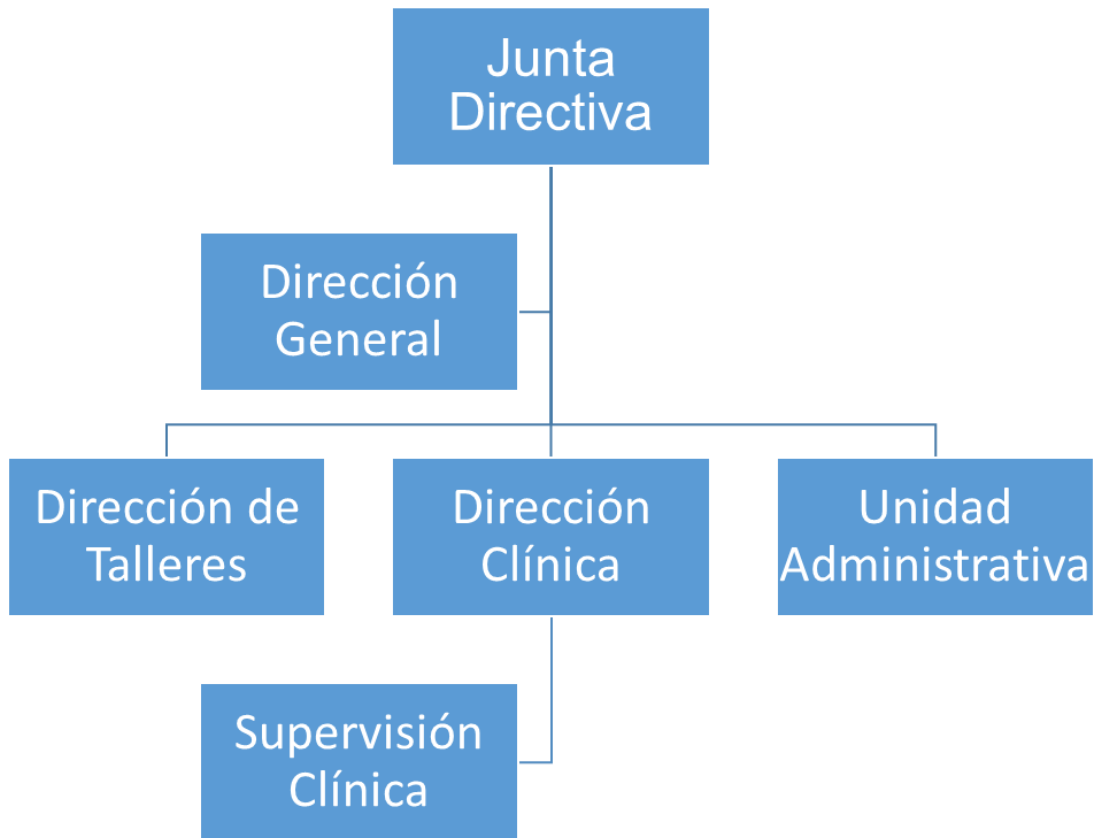
1.2.8 Público Objetivo

Está enfocado a familias de bajos recursos con problemas emocionales y de comportamiento, brindándoles atención psicológica a un precio accesible.

² ProSaMe. (2015) Bifoliar.

³ ProSaMe. (2015) Bifoliar.

1.2.9 Organigrama



1.3 METODOLOGÍA

1.3.1 Descripción del método:

Para la investigación se utilizó el método de observación y de campo, debido que se fundamenta en describir un contexto determinado.

1.3.2 Técnicas e instrumentos de recolección

1.3.2.1 Observación

En este caso se observaron todos los acontecimientos suscitados dentro de ProSaMe, a su personal en general e instalaciones. Se observó que el área de trabajo es pequeño, pero brindan una excelente atención.

Durante el período de observación se pudo constatar que ProSaMe no cuenta con una persona encargada específicamente de la comunicación dentro de la organización, pues se ve la necesidad de que una persona elabore distintos roles dentro de la misma. Es aconsejable en cualquier institución establecer buenos canales de comunicación interna a los efectos de que la externa sea mejor y más efectiva.

En cuanto a la comunicación por medio de la tecnología *Internet*, es decir sitio *Web* de ProSaMe y Facebook, se encuentra desactualizado, este es otro factor que incide negativamente pues al buscar información sobre los avances de la organización en un medio público no existe información actualizada sobre el trabajo y proyectos realizados recientemente por ProSaMe.

1.3.2.2 Documentación

Para tener una mejor percepción de la situación comunicacional de ProSaMe y los servicios que ofrece como organización, se dio lectura a documentos como: prospecto y pagina web.

También se consultó documentos con relación a comunicación institucional para comprender mejor su funcionalidad, de acuerdo a esta definición la comunicación institucional es “todo aquel conjunto de operaciones llevadas a cabo por instituciones, por darse a conocer o de mejorar su imagen. La comunicación acompaña esta nueva concepción de institución, donde el hombre es el capital más precioso; la comunicación es el testigo y el agente de un nuevo contrato social” (Álvarez Calvillo, 1999).

1.3.2.3 Entrevista

Se entrevistó a la presidenta de ProSaMe, Julita Alonso con el fin de obtener información acerca de la posibilidad de crear un departamento de comunicación dentro de la organización.

1.3.2.4 Encuesta

Para esta investigación se tomó como universo a la población en general de la ciudad de Guatemala,⁴ se estimó una proporción del total de la población con un nivel de confianza o seguridad del 95%, una precisión del 3% y una proporción esperada de pérdida del 5%, se obtuvo una muestra de 269 habitantes a los que se les realizó la encuesta. También se encuestó a 30 personas que adquieren los servicios de ProSaMe.

⁴ INE. (2002). www.ine.gob.gt

1.3.3 Cronograma del Diagnóstico

Actividad	Febrero semana 1	Febrero semana 2	Febrero semana 3	Febrero semana 4
Entrevista con presidenta de ProSaMe				
Observación de Centro ProSaMe				
Investigación y documentación				
Diseño de encuestas y entrevista				
Realización de encuestas y entrevista				
Árbol de problemas				
Tabulación de encuestas				
Estructuración de diagnóstico				

1.4 RECOPIACION DE DATOS

A continuación se presenta la descripción y análisis de los resultados obtenidos en la investigación realizada, distribuidos de la siguiente manera:

1.4.1 Ficha de la entrevista

Entrevista No. 1

Nombre: Lida. Julita Alonso

Puesto: Presidente de ProSaMe

Fecha: 17/02/2015

Hora: 11:00 AM

Objetivo: Posibilidad de creación de un departamento de comunicación

1.4.2 Resultado de la entrevista

Gracias a la entrevista y las encuestas realizadas podemos constatar las siguientes conclusiones, que serán fundamentales para comprobar la importancia de la creación de un departamento de comunicación en Centro ProSaMe.

Área Interna (Directora de ProSaMe)

De la entrevista realizada a la Licda. Julita Alonso Directora de Centro ProSaMe, se pudo detectar lo siguiente:

En cuanto a la necesidad de crear un departamento de comunicación en Centro ProSaMe la Licda. Comento, que si considera necesaria la implementación de un departamento de comunicación, ya que parte importante del trabajo de ProSaMe, es poder sensibilizar a la población sobre la salud mental.

ProSaMe cuenta con el espacio para instalar una oficina de comunicación y según las indicaciones correspondientes pueden solicitar apoyo para proveer del equipo

necesario. La Directora de ProSaMe está dispuesta a apoyar las solicitudes y necesidades que requiera la implementación del departamento de comunicación.

Área Externa (beneficiados)

Las personas que habitan en la ciudad de Guatemala tienen bajo conocimiento sobre Centro ProSaMe y su significado. La organización carece de medios de comunicación, por lo tanto se sabe muy poco de los servicios, actividades y talleres que realiza ProSaMe.

Los medios de comunicación que han utilizado no han sido suficientes para la difusión de información por lo que se considera necesario actualizar la comunicación de la organización

Respecto al uso de la tecnología Internet, el 100% de los que prestan servicios, no ha visitado la página web. De esta respuesta se puede determinar que debido a la falta de conocimiento de ProSaMe y actualización por medio de la web no se ha logrado tener una conexión para alcanzar al grupo objetivo.

1.4.3. Tabla comparativa, puntos de encuentro y disensos entre entrevistados

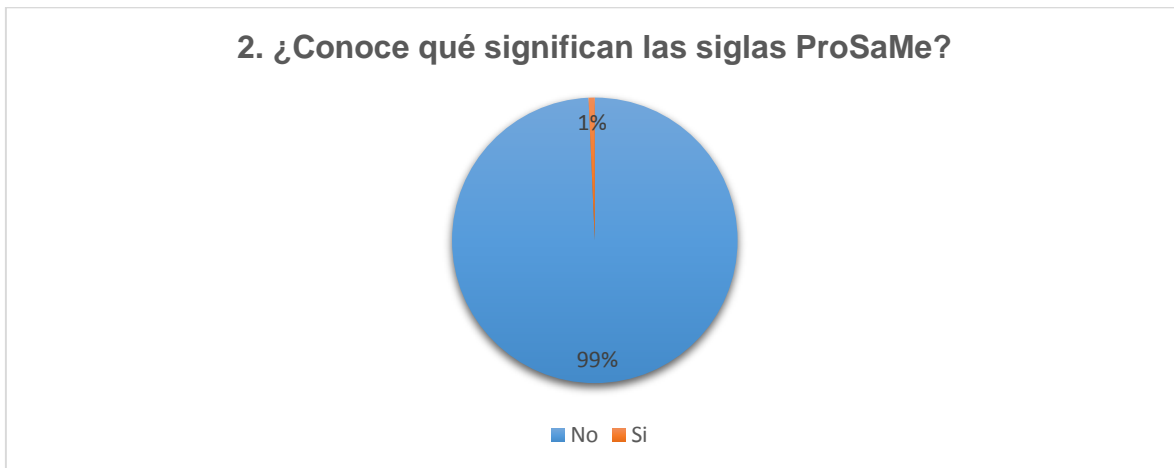
Área interna	Área externa
ProSaMe es una organización que se encarga de promover la Salud Mental en la ciudad de Guatemala.	No tienen conocimiento de la organización ni los beneficios que puede brindar.
Cuenta con personal profesional y capacitado para la implementación de la estrategia de comunicación.	No reciben información de las actividades y talleres que se planifican.
Se tiene la disponibilidad y el espacio para la implementación del departamento de comunicación.	Consideran necesario actualizar y mejorar la comunicación de Centro ProSaMe.

1.4.4 Gráficas e interpretación de resultado de las encuestas

1.4.4.1 Población en general

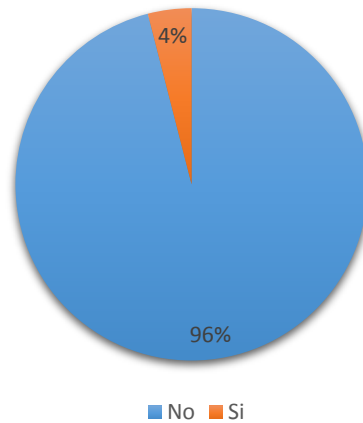


El 97% de los encuestados no tiene conocimiento de ProSaMe, tan solo el 3% conoce la organización.



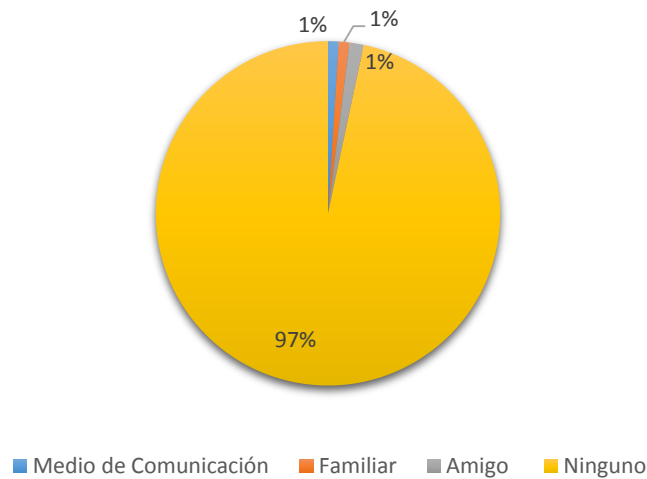
En la siguiente gráfica se puede observar que solo el 1% de los encuestados tiene conocimiento de lo que significa ProSaMe, mientras que el 99% desconoce el significado.

3. ¿Sabe usted dónde se ubica ProSaMe?



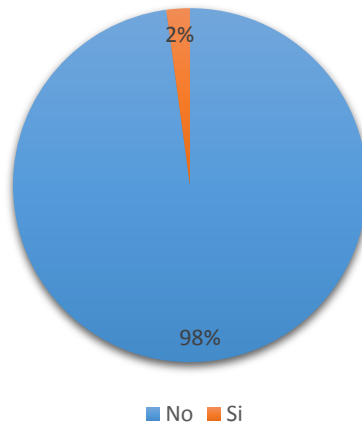
El 96% de los encuestados no conoce las instalaciones de ProSaMe, mientras que el 4% sabe dónde están ubicados.

4. ¿Cómo se enteró sobre los servicios que presta ProSaMe?



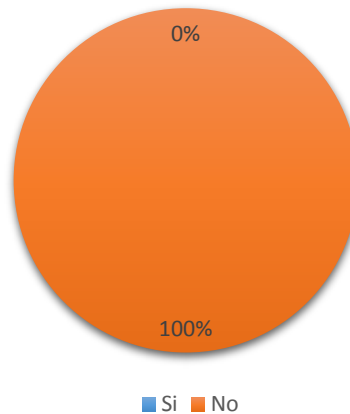
Del 3% de los encuestados que tiene conocimiento de ProSaMe, el 1% se enteró por medios de comunicación, el 1% por amigos y el 1% por familiares.

5. ¿Conoce usted de las actividades que realiza ProSaMe?



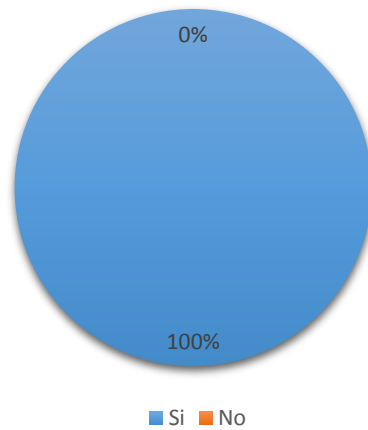
Tan solo el 2% de los encuestados tiene conocimiento del trabajo que realiza ProSaMe, mientras el 98% lo desconoce totalmente.

6. ¿Considera que los medios de comunicación que utiliza ProSaMe para difundirse son suficientes para que llegue la información?



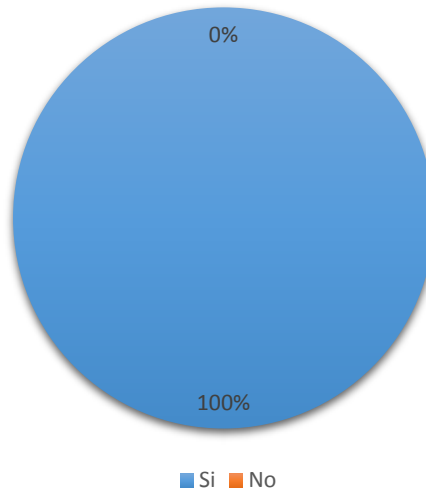
Esta gráfica representa un dato negativo para ProSaMe debido a que el 100% de los encuestados está de acuerdo en que los medios de comunicación no son suficientes para hacer llegar la información.

7. ¿Considera necesario actualizar la comunicación de las actividades y servicios de ProSaMe?



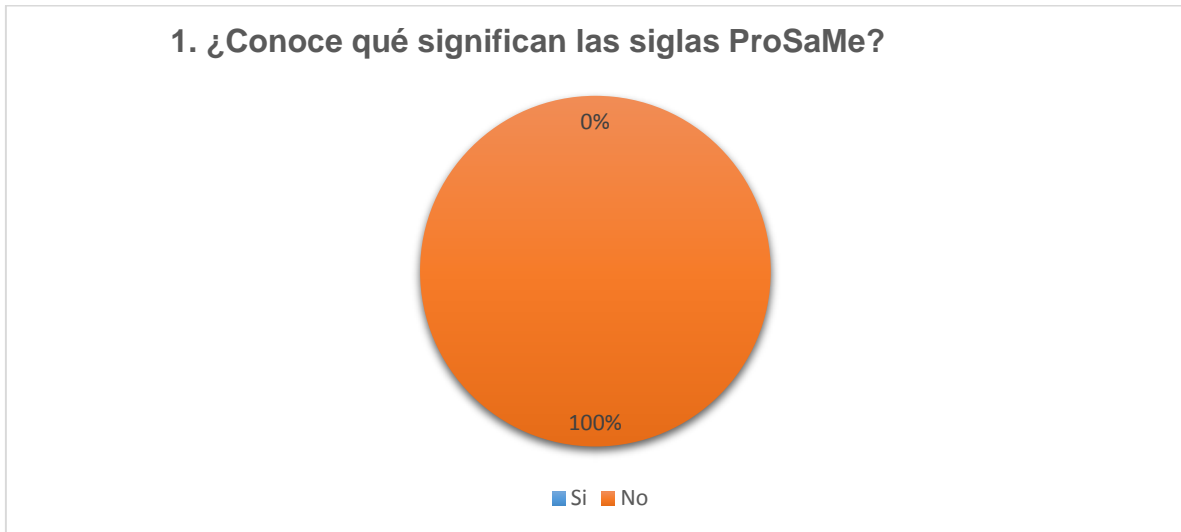
Al igual que la gráfica anterior el 100% de los encuestados está de acuerdo en actualizar la comunicación externa de ProSaMe.

8. ¿Considera que la comunicación es primordial e importante?

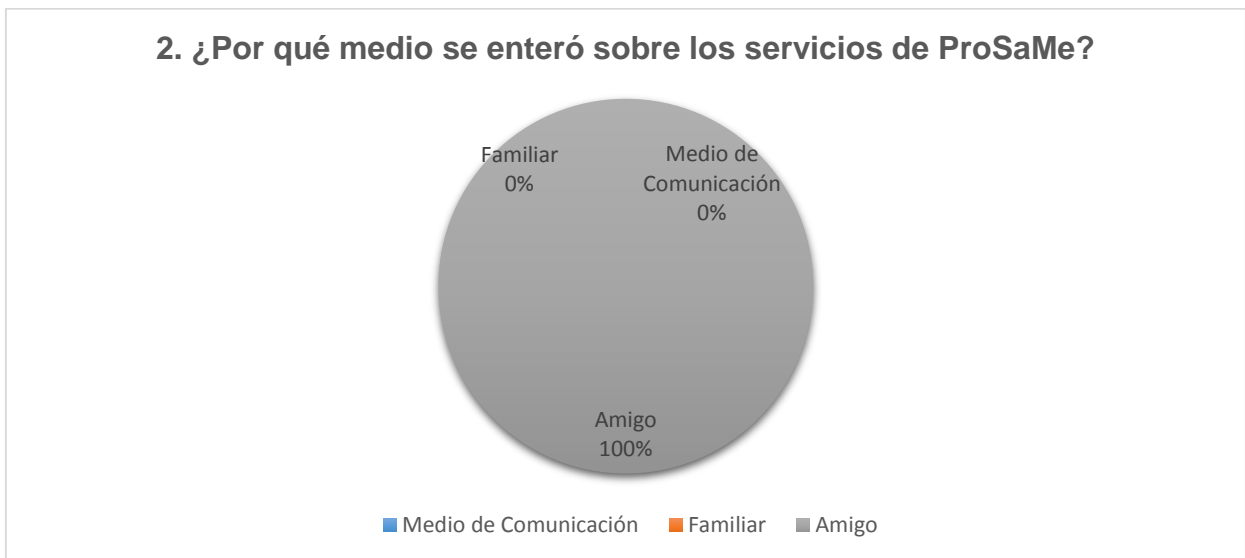


Finalizando el 100% de los encuestados está de acuerdo en que la comunicación es de vital importancia para el desarrollo del ser humano.

1.4.4.2 Población que adquiere servicio de ProSaMe

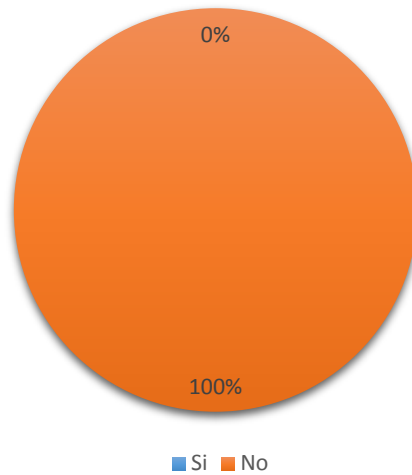


De las personas que adquieren los servicios de ProSaMe el 100% de los encuestados desconoce el significado de la organización.



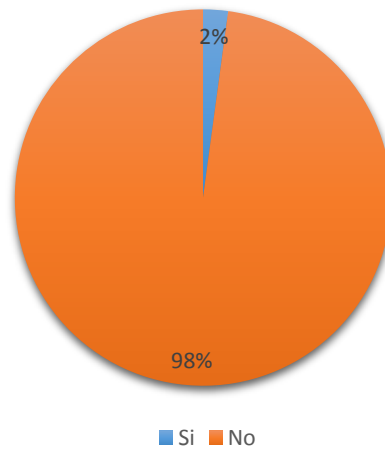
El 100% de los encuestados se enteró de los servicios de ProSaMe a través de amigos, mientras, que ninguno lo hizo por medios de comunicación.

3. ¿Ha visitado la página web de ProSaMe?



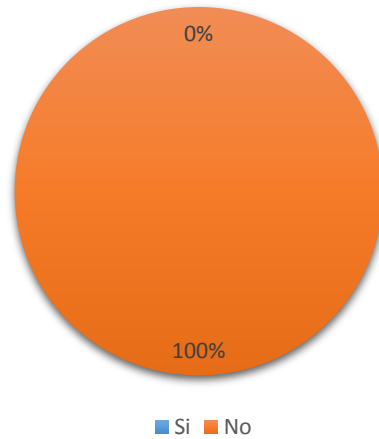
El 100% de los que adquieren servicios de ProSaMe, No ha visitado la página web de la organización.

4. ¿Ha participado de las actividades que realiza ProSaMe?



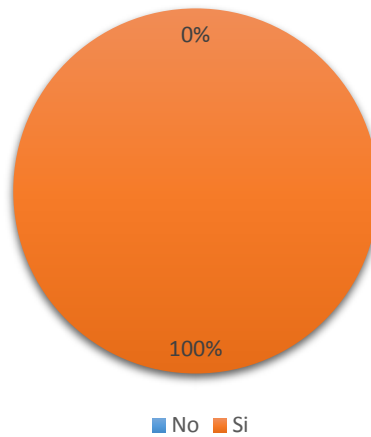
Solo el 2% de los que adquieren servicio de ProSaMe ha sido participe de las actividades, mientras que el 98% no ha participado en ninguna.

5. ¿Cree que los medios con los que se comunica ProSaMe son suficientes para que llegue la información?



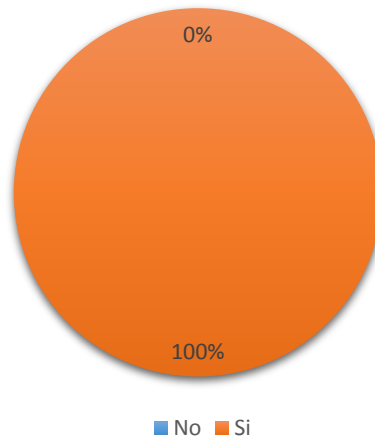
El 100% de los que adquieren servicio de ProSaMe, está de acuerdo en que los medios de comunicación utilizados por la organización son insuficientes para hacer llegar la información.

6. ¿Considera necesario actualizar la comunicación de las actividades y servicios de ProSaMe?



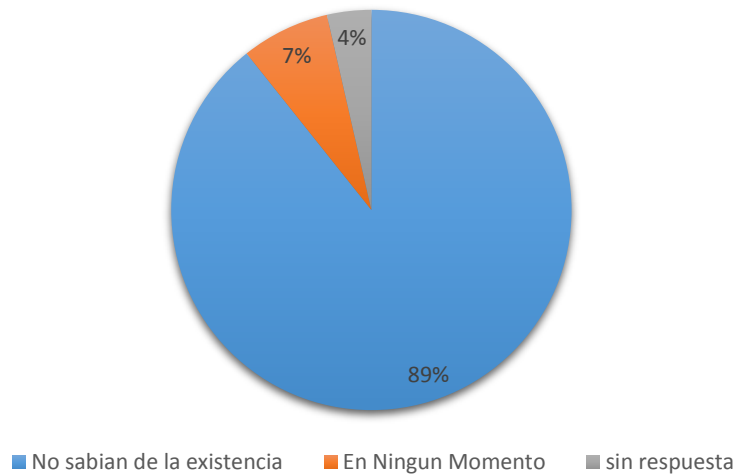
El 100% de los que adquieren servicios de ProSaMe está de acuerdo en actualizar la comunicación externa de la organización.

7. ¿Recomendaría los servicios de ProSaMe?



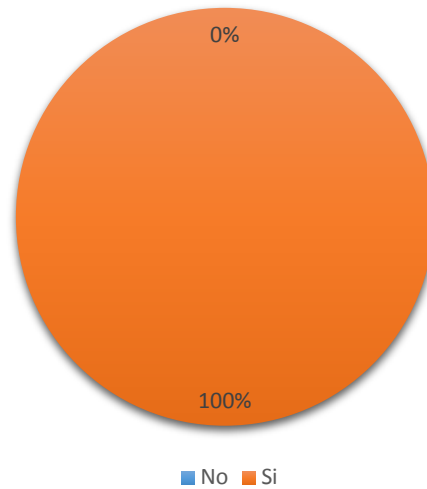
El 100% de los encuestados recomendaría los servicios de ProSaMe

8. ¿En qué momento el departamento de comunicación ha solventado sus dudas?



El 89% dijo No saber de la existencia de dicho departamento, el 7% contesto que en ningún momento ha prestado el servicio del departamento de comunicación y el 7% no contesto la pregunta.

9. ¿Considera que la comunicación es primordial e importante para el desarrollo en general de todo ser humano?



El 100% está de acuerdo en que la comunicación es de vital importancia para el desarrollo del ser humano.

1.5 RADIOGRAFÍA DE PROSAME

FODA

A continuación se presenta el análisis sistemático de las condiciones comunicacionales internas y externas de la institución.

1.5.1. Fortalezas

Lo definiremos como las características positivas, que facilitan el cumplimiento de los objetivos institucionales.

- Personal que labora en PROSAME, profesionales, capacitados para desempeñar su cargo dentro de la organización. Lo cual representa el soporte humano para la implementación de la estrategia de comunicación.
- La organización tiene clara su estructura operativa y desea participar activamente por el cumplimiento de sus objetivos.
- Instalaciones disponibles para el equipamiento de la Oficina de Comunicación.

1.5.2 Oportunidades

Son aquellas situaciones que se presentan en el entorno del centro y que podrían favorecer el logro de los objetivos organizacionales.

- Son escasas las organizaciones interesadas en el bienestar psicosocial de niños y adolescentes como lo hace ProSaMe.
- Posibilidad de obtener financiamiento.
- Posibilidad de crear nuevas alianzas con colegios y universidades.
- Expansión de talleres para posible publicación de un libro.

1.5.3 Debilidades

Son las características propias de la organización que constituyen obstáculos internos al logro de los objetivos organizacionales.

- No se tiene alianzas con otras instituciones ni colegios.
- Falta de personal especializado en comunicación.
- Bajo financiamiento.
- No existe programa de voluntariado.

1.5.4 Amenazas

Son las situaciones que se presentan en el ambiente de la organización y que podría afectar de forma negativa las posibilidades de alcanzar los objetivos organizacionales.

- Desconocimiento de la institución, según las encuestas el 97% de la población en general no tiene conocimiento sobre PROSAME.
- El 100% de los que adquieren servicios de PROSAME, considera que los medios de comunicación utilizados para transmitir la información no son suficientes y es necesario actualizarlos.
- Falta de financiamiento Económico para pautar en medios masivos (radio, tv, prensa vallas y mupies).

*“Si hemos logrado algún tipo de éxito,
sin duda la perseverancia ha ocupado
un lugar de privilegio”.*

Mario Serrano.

CAPITULO II

PLAN DE COMUNICACIÓN

2. PLAN COMUNICACIONAL

2.1 ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

Dentro de ProSaMe se encuentran departamentos como: Dirección General y Dirección de Talleres que aparte de cumplir sus funciones propias de la unidad a la que pertenecen, también desarrollan actividades relacionadas al tema comunicativo, esto debido a que no existe una unidad de comunicación dentro de la organización. Estos departamentos se encargan de mantener la imagen de ProSaMe, tanto interna como externa, tratando de desempeñar algunas de las funciones propias de un departamento de comunicación.

Desde el 14 de Febrero de 2010 que es la fecha en la que inicia como organización Centro ProSaMe en Guatemala, ha recaudado fondos a través de bingos, carreras y noches de tango, actividades que han sido patrocinadas por empresas que manifiestan interés en promover la salud mental en niños y adolescentes Guatemaltecos.

Ha difundido sus servicios a través de material impreso, (bifolios, volantes y tarjetas de presentación) redes sociales, con la campaña “No cuente sus males en Facebook vaya a un psicólogo”, Radio Punto, donde han expuesto los temas “La parte psicológica en la pérdida de peso” y “Sexualidad Responsable”, asimismo cuenta con una página web, la cual permanece desactualizada.

2.2 OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

2.2.1 Objetivo General

Creación de un departamento de comunicación para mejorar y consolidar la valoración de ProSaMe como centro de ayuda psicológica en la ciudad de Guatemala.

2.2.2 Objetivos Específicos

- Coordinar de manera efectiva los canales de comunicación y los recursos de Centro ProSaMe.
- Proporcionar información sobre Centro ProSaMe y su función dentro de la sociedad Guatemalteca.
- Difundir las acciones, el trabajo, los eventos, las experiencias y los servicios que ofrece Centro ProSaMe.
- Concientizar la importancia de la salud mental de niños y adolescentes con problemas conductuales o emocionales en la ciudad de Guatemala.

2.3 PÚBLICO OBJETIVO

Las actividades de difusión y comunicación de este proyecto se transmitirán a través de una serie de mensajes a destinatarios que se agrupan en:

- Hombres y mujeres Padres de familia con problemas intrafamiliares de clase media y baja que residan en la ciudad de Guatemala.
- Niños y adolescentes de la ciudad de Guatemala, que presentan capacidades diferentes, problemas de aprendizaje, problemas conductuales y emocionales.

2.4 MENSAJE

Los mensajes a manejar están basados en los principios de Centro ProSaMe, poniendo en contexto los valores y el compromiso de la organización con la sociedad guatemalteca. Como mensajes clave para las acciones de difusión y comunicación externa se han desarrollado los siguientes.

- “Pequeñas acciones grandes cambios”
- “Nuestras acciones pueden lograr grandes cambios”
- “Uno por uno se logra grandes cambios”
- “El bienestar comienza con una mente sana”
- “Lo que un niño piensa y siente sí importa”

Mensaje	Actividad a desarrollar
Lo que un niño piensa y siente sí importa.	Mensaje en campaña de información.
Uno por uno se logra grandes cambios.	Mensaje para captación de Patrocinadores.
Nuestras acciones pueden lograr grandes cambios.	Mensaje para captación de voluntarios.

2.5 ESTRATEGIAS

A continuación se presenta las estrategias diseñadas para alcanzar los diferentes objetivos para el presente plan de comunicación:

- Implementación de la estructura física y organizacional del departamento de comunicación en Centro ProSaMe (recursos humanos y materiales)
- Campaña de información a través de Facebook y página web, se publicara un video para sensibilizar a los padres sobre la importancia de la salud mental en sus hijos, se impartirán Charlas informativas en centros educativos (video institucional de ProSaMe), diseño y desarrollo de material promocional (afiches, trifoliales, playeras)
- Captación de patrocinadores (Diseño y desarrollo de slogan) e implementación de voluntariado (afiche digital para la captación y charlas inductivas)

2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN

A continuación se presenta el listado de las tácticas que contribuirán a realizar las estrategias del presente plan de comunicación:

2.6.1 Departamento de Comunicación

Para la implementación del departamento de comunicación dentro de Centro ProSaMe es necesario contar con varios recursos tanto humanos como materiales que permitan el funcionamiento de dicho departamento.

2.6.1.1 Recursos Humanos

El departamento de comunicación social estará constituido en la parte operativa por tres personas las mismas que se encargaran cada una de diferentes actividades pero que se complementarán entre sí.

- Director de departamento: comunicador social.
- Diseñador gráfico: voluntario.
- Periodista: voluntario.

2.6.1.2 Recursos Materiales

El departamento constará de una oficina amplia con ficha de identificación , un escritorio con cajoneras, su respectiva silla, una computadora completa, teléfono, impresora, una mesa de reuniones, archivador, cartelera para actividades, material de oficina (hojas de papel bond, lápices, borradores, resaltadores, grapadora, perforadora, clips).

2.6.2 Sistematización

Se llevará a cabo una recopilación de información de las actividades que se realizan cada año dentro de Centro ProSaMe para poder hacer consultas cuando se necesite.

2.6.3 Actualización de la página web

La institución cuenta con una página web, en base a la observación y secuencia de la misma hace falta actualizarla e incluir ciertos elementos que se describen a continuación:

- Dirección exacta de la institución, número telefónico y correo electrónico.
- Programa de voluntariado.
- Se recomienda incluir fotografías de los proyectos y actividades para darle realce y vistosidad a la página.



Página actual de ProSaMe.

2.6.4 Trifoliar

Se sugiere la impresión y reproducción de trifoliar que contenga la información básica de la organización, para dar a conocer los servicios, misión, visión e incluir fotografías con las instalaciones de ProSaMe.

TERAPIAS PROSAME

Hoy los niños y adolescentes se enfrentan con problemas en el centro de estudio:

- Problemas conductuales.
- Problemas de socialización.
- Ansiedad por separación o pérdida de los padres.
- Agresividad, depresión, trauma sexual y trauma por violencia.

Centro ProSaMe cuenta con clínicas que brindan atención psicológica, permitiendo la evaluación y tratamiento, desde los factores de mayor influencia: psicológico, médico y educativo.

Ofrece servicios accesibles y de calidad, contribuyendo a la formación integral del niño o adolescente.

el costo de la primera sesión es de Q50.00




Centro para Niños y Adolescentes



ProSaMe

Promoviendo la Salud Mental

Telefono: 2332-3282
www.centroprosame.org
 E-mail: info@centroprosame.org



Dirección: 7a. ave. 7-78 zona 4, Edificio Centroamericano Pent House, oficina 1101



Acciones PEQUEÑAS Grandes CAMBIOS



Quienes Somos

Somos una organización interesada en el bienestar mental, social y cultural de niños y adolescentes en Guatemala.

Nuestros profesionales en psicología se adaptan a las necesidades de nuestros pacientes para lograr un bienestar mental y familiar.

"El bienestar comienza con una mente sana"

Nuestra Misión

Es ofrecer ayuda psicológica, para todo el que lo necesite a través de terapias y talleres, orientados a mejorar la calidad de vida y el desarrollo social.

Recuerde que: "No existe ningún punto de partida si no se sabe bien a donde ir" Sigmund Freud.

El trabajo de ProsaMe se resume en una frase



"Encontrar la forma de Hacer la diferencia con lo que cada uno tiene"

Nuestros Valores

Parte de lo que nos caracteriza es:

- la integridad
- el respeto
- el profesionalismo
- la responsabilidad
- la transparencia y sobre todo la confidencialidad.

Nuestra Visión

Ser una organización que brinde una atención interdisciplinaria en la salud mental, de manera segura.

Para que los niños y adolescentes hagan buen uso de sus recursos convirtiéndose en ejemplos para transformar su alrededor.

Reconocemos el valor del uno por uno, ya que con un niño o adolescente que pueda convertirse en agente de cambio, el efecto se trasladará a su familia, amigos y vecinos.



Boceto para trifoliar.

2.6.5 Guía para padres

Ya que la organización carece de material impreso para los padres que adquieren los servicios de ProSaMe, se sugiere la impresión de una guía con consejos que permitan a los padres orientar y apoyar a los hijos con problemas conductuales.



2.6.6 Charlas Informativas

Se impartirán charlas en centros educativos de la ciudad de Guatemala en las cuales se espera sensibilizar la importancia de la salud mental de niños y adolescentes con problemas conductuales, también se les brindará información acerca de Centro ProSaMe con un video institucional, un tríptico y un afiche el cual se colocará en la cartelera de cada centro educativo visitado.

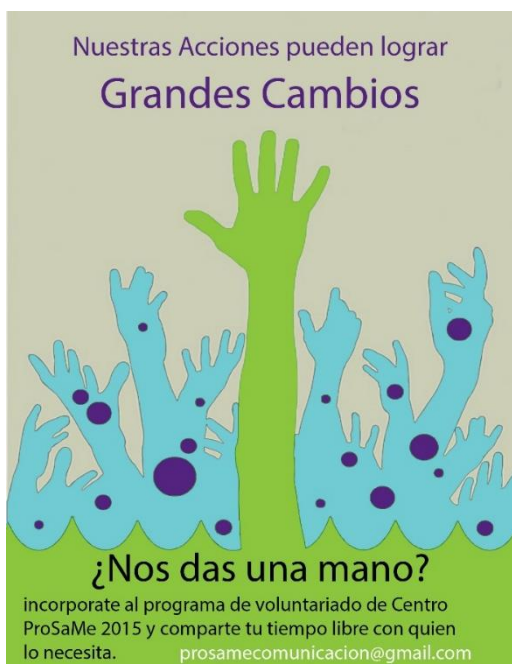
2.6.7 Audiovisuales

Se propone crear dos videos para la difusión de la organización.

- Video institucional de centro ProSaMe.(presentado en centros educativos)
- Video de sensibilización para promover la salud mental de niños y adolescentes que presentan problemas conductuales. (publicado en Facebook y pagina web)

2.6.8 Afiches

- Afiche para la distribución en centros educativos (con información de la organización).
- Afiche para la captación de voluntarios (a través de redes sociales).



Afiche para captación de voluntarios.



Afiche para centros educativos.

2.6.9 voluntariado

Se implementará un programa de voluntarios, el cual se desarrollará de la siguiente manera:

- Reunión informativa con los voluntarios sobre Centro ProSaMe y los servicios que provee.
- Inscripción de voluntarios (llenar solicitud).
- Entrevista a voluntarios seleccionados (Los posibles voluntarios escribirán acerca de sus experiencias y valores, lo cual constituye una forma de conocerlos mejor y saber qué clase de experiencias han tenido).
- Se programarán reuniones de inducción para asegurarse de que los voluntarios seleccionados estarán a la altura de los compromisos adoptados dentro de Centro ProSaMe.

“Ningún proyecto prospera
si no hay buena dirección;
los proyectos que alcanzan el éxito
son los que están bien dirigidos”.

Proverbios 15:22

CAPÍTULO III

INFORME DE EJECUCIÓN

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1 PROYECTO DESARROLLADO

PLAN DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO DE CENTRO PROSAME

3.1.1 Financiamiento:

El costo total de la ejecución de actividades ha sido financiado por Centro ProSaMe.

3.1.2 Presupuesto:

Este es el presupuesto real de los gastos finales que se trabajó en Centro ProSaMe financiado por la organización.

Cantidad	Descripción	Precio Unidad	Precio total
100	Guía para padres media carta B/N	Q 6.00	Q 600.00
1	Rotulo para oficina de comunicación full color pvc.	Q 50.00	Q 50.00
2	Audiovisuales	Q 300.00	Q 600.00
1	Página web por un año	Q 800.00	Q 800.00
4	Gafetes de identificación, full color pvc.	Q 20.00	Q 80.00
1	Anuncio publirevistas	Q 400.00	Q 400.00
		Total	Q 2,530.00

3.1.3 Beneficiarios

Las estrategias a utilizar se enfocaron en la comunicación externa por lo tanto el mayor beneficiario es Centro ProSaMe, luego los padres, quienes recibirán información sobre la importancia de la salud mental de sus hijos.

3.1.4 Recursos Humanos

Personal para la realización de estrategias.

Personal	puesto	Actividad
Alicia de Ochoa	Secretaria	Cotización de material impreso.
Juan Diego Guerra	Junta directiva	Colaboración en contenido guía para padres.

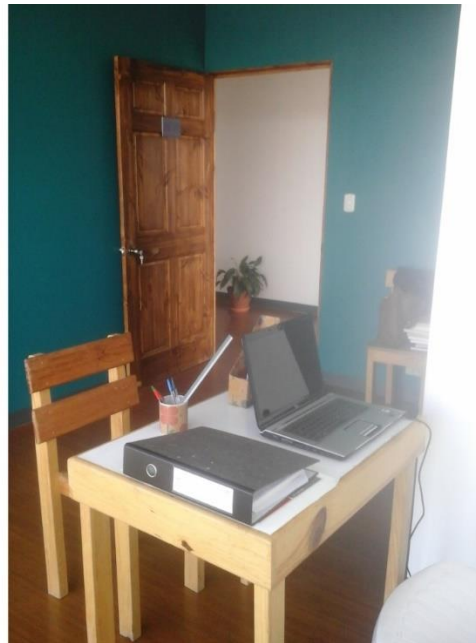
3.1.5 Área geográfica de acción

Centro ProSaMe 7^a. Ave. 7-78 zona 4, edificio Centroamericano penthouse, oficina 1101

3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

3.2.1 Estrategias Desarrolladas: A continuación se presenta las estrategias realizadas para alcanzar los objetivos del plan de comunicación.

Estrategia 01: Creación del departamento de comunicación en Centro ProSaMe.



Espacio para oficina de comunicación. Implementación de oficina.

Estrategia 02: Comunicación externa a través de la campaña de sensibilización “Lo que un niño piensa y siente sí importa” difundida en redes sociales.



Afiche de campaña “lo que un niño piensa y siente sí importa”

Estrategia 03: Implementación del plan de practicantes.



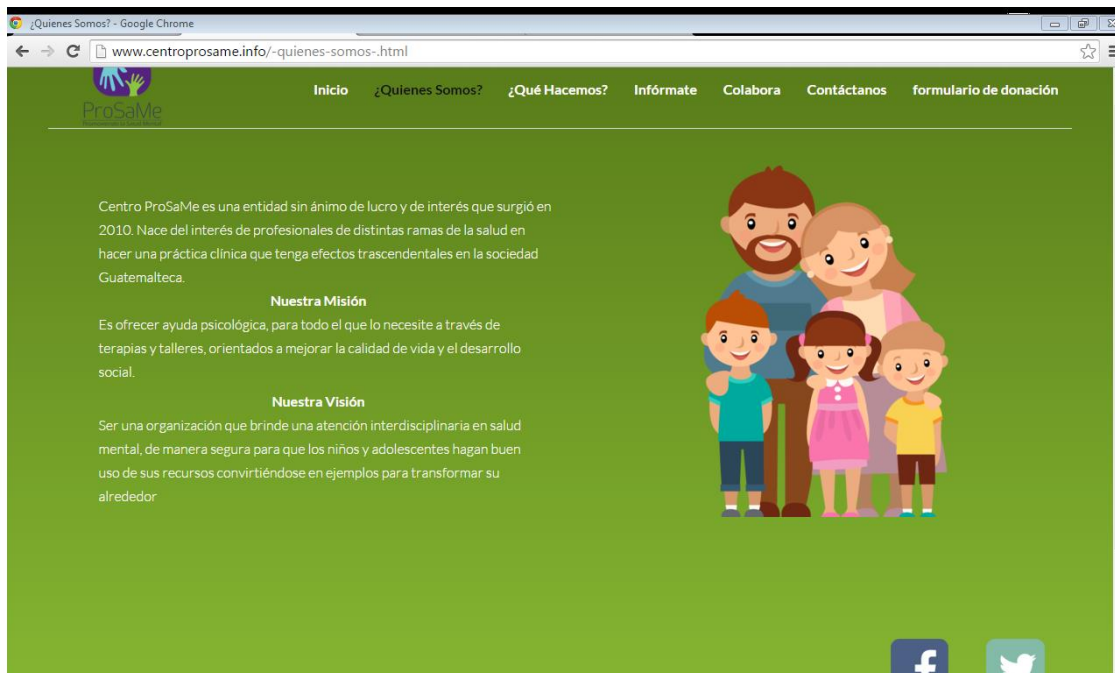
Reunión informativa con practicantes.

3.2.2 Acciones Desarrolladas

Acción 01 actualización de página Web



Página web anterior de Centro ProSaMe.



Página web actualizada.

Acción 02 cambio de Slogan



ProSaMe
Centro de Niños y Adolescentes

Slogan anterior.



ProSaMe
Promoviendo la Salud Mental

Slogan actual.

Acción 03 Artes publicitarios e informativos.

TERAPIAS PROSAME

Hoy los niños y adolescentes se enfrentan con problemas de diferente tipo:

- . Problemas conductuales.
- . Problemas de socialización.
- . Ansiedad por separación o pérdida de los padres.
- . Agresividad, depresión, trauma sexual y trauma por violencia.

Centro ProSaMe cuenta con clínicas que brindan atención psicológica, permitiendo la evaluación y tratamiento, desde los factores de mayor influencia: Psicológico, médico y educativo.

Ofrece servicios accesibles y de calidad, contribuyendo a la formación integral del niño, adolescente o adulto.

El costo de la primera sesión es de Q 50.00





UNO
A
UNO
SE
LOGRAN
GRANDES
CAMBIOS

ProSaMe

Promoviendo la Salud Mental

Teléfono: 2332-3282
www.centroprosame.info
E-mail: info@centroprosame.org



Dirección: 7a. ave. 7-78 zona 4, Edificio Centroamericano Pent House, oficina 1101

"Atención Psicológica al alcance de todos"



QUIENES SOMOS

Somos una organización interesada en el bienestar mental, social y cultural de la población guatemalteca.

Nuestros profesionales en psicología se adaptan a las necesidades de nuestros pacientes para lograr un bienestar mental y familiar.

"Todos tenemos la habilidad la diferencia es cómo la utilizamos"

NUESTROS VALORES

Parte de lo que nos caracteriza es:

- La integridad
- El respeto
- El profesionalismo
- La responsabilidad
- La transparencia

y sobre todo la confidencialidad.

NUESTRA MISIÓN

Contribuir a la prevención y atención de la salud mental de las y los guatemaltecos ofreciendo ayuda psicológica, para todo el que lo necesite a través de terapias y talleres, orientados a mejorar la calidad de vida y el desarrollo social.

"No existe ningún punto de partida si no se sabe bien a donde ir"

NUESTRA VISIÓN

Ser una organización que brinde una atención interdisciplinaria en la salud mental, de manera segura.

Para que las y los guatemaltecos hagan buen uso de sus recursos convirtiéndose en ejemplos para transformar su alrededor.

"Tenemos una ventaja, es poco lo hecho y mucho por hacer"

El trabajo de ProSaMe se resume en una frase



Reconocemos el valor del uno a uno, ya que con un niño, adolescente o adulto que pueda convertirse en agente de cambio, el efecto se trasladará a su familia, amigos y vecinos.

Trifoliar final.



Arte publicado en Publirevista.



Afiches publicados en redes sociales.



Placa de identificación de oficina.



Gafete de identificación.



ProSaMe
Promoviendo la Salud Mental

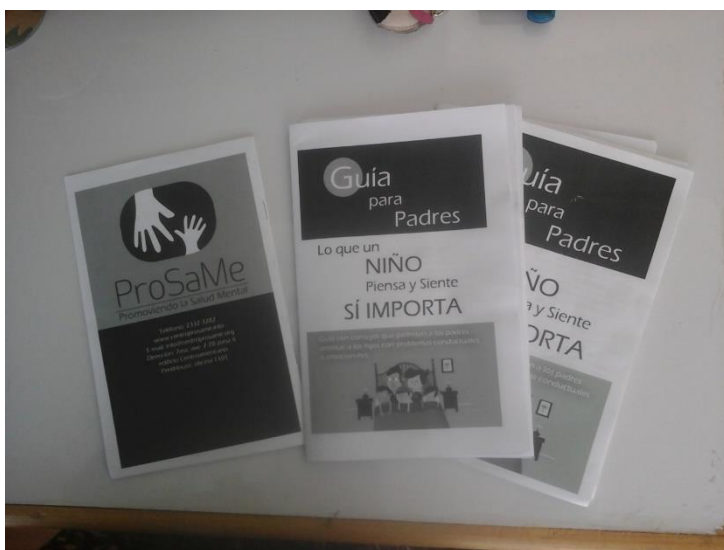
"Atención psicológica al alcance de todos"
Clínicas de atención psicoterapéutica

Edif. Centroamericano 7 Avenida, 7-78 zona 4
Nivel 11 oficina 1101 - Teléfono: 2332 3282

info@centroprosame.org
comunicaciones@centroprosame.org
www.facebook.com/Centroprosame

*Este documento es valido únicamente para identificarse en actividades propias de la institución.

Acción 04 Guía para padres.



Acción 05 Audiovisuales

Se contactó al diseñador gráfico Diego Medina, se le envió información que solicito para la elaboración de dos videos (promoción de Centro ProSaMe y campaña de concientización)⁵

⁵ véase en anexos Story Board.

3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividad	Mayo				Junio				Julio			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Ejecución del plan de comunicación	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Establecimiento de oficina de comunicación	■											
Diseño y elaboración de material impreso	■	■			■							
Captación de patrocinadores			■	■	■							
Publicación de afiche para voluntarios			■									
Diseño y elaboración vídeo de concientización					■	■	■					
Diseño y elaboración vídeo institucional								■	■	■		
Diseño y elaboración de guía para padres							■	■	■			
Diseño y elaboración rotulo de identificación		■										
Diseño y elaboración de página web									■	■	■	■
Publicación de arte en PubliRevistas											■	
Inscripción e inducción de practicantes											■	■
Diseño y elaboración gafetes de identificación												■
Implementación de videos en redes sociales												■
Sistematización de actividades realizadas												■

3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO

Como parte del control y seguimiento del presente proyecto, primero se supervisó a la Epesista por parte de la Escuela de Ciencias de la Comunicación para verificar el cumplimiento y ejecución de las estrategias y acciones planteadas. La Licda. Sandra Hernández supervisora, entrevistó a la Licda. Julita Alonso Directora de Centro ProSaMe.

Se logró la implementación de la oficina de comunicación debidamente identificada y equipada (escritorio, computadora e impresora). Se contrató a un profesional de Comunicación el cual coordinará actividades y eventos de promoción y difusión de la organización, también dará seguimiento a propuestas hechas por parte de la Epesista.

Con la actualización de la página web y redes sociales, el número de seguidores en Facebook aumentó significativamente. Se obtuvo mayor participación de las personas en las actividades y talleres realizados por Centro ProSaMe.

Se implementó el plan de practicantes con tres Epesistas de publicidad de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Se dejó propuesta de trifoliar y separador de libros, la cual se implementará el próximo año junto a las charlas en centros educativos.

CONCLUSIONES

Los objetivos identificados, previo a la realización de este documento se han alcanzado, ya que se ha entregado a la organización una propuesta que cubre las falencias comunicacionales que se habían detectado, de la que se desprenden las siguientes conclusiones:

1. Antes de llevar adelante el trabajo para la elaboración de este proyecto, en ProSaMe, el personal hacía un inadecuado uso de los canales de comunicación, se encontró que todas las conceptualizaciones y tendencias en lo que a Comunicación Institucional se refiere, eran desconocidas de lo cual se deriva la ausencia de planificación en este tema. Sin embargo en el transcurso de esta investigación, tanto el personal de base como los directivos, han acogido de muy buena manera la propuesta de cambio y se tiene clara la labor que desempeñará el departamento de Comunicación dentro de los objetivos institucionales e individuales de cada uno de sus colaboradores.
2. Después de la elaboración de este proyecto, se ha entendido en la organización que ahora se cuenta con una eficiente herramienta para consolidar la imagen de ProSaMe, siempre y cuando se realicen adecuadamente las actividades para desarrollarlo como un proyecto sustentable.
3. Con los análisis y propuestas realizadas se considera que se ha contribuido a implementar y optimizar los canales de comunicación en el ámbito externo.
4. Este proyecto ha surgido como una necesidad captada dentro de Centro ProSaMe, es por esto que busca ser una respuesta efectiva que garantice el crecimiento conjunto de la organización y su gente.

RECOMENDACIONES

1. La disertación desarrollada presenta las recomendaciones presentes al ser la comunicación un proceso de intercambio entre dos o más personas y el medio que utilizamos los seres humanos para transmitir, es básico que en la organización se realice seguimiento y retroalimentación de los sistemas de comunicación implantados, así como también encuestas de satisfacción cada cierto intervalo de tiempo de acuerdo a las necesidades, para de esta manera ir detectando los puntos débiles e irlos fortaleciendo.
2. Implementar programas comunitarios, sobre determinantes sociales, ambientales y económicos de salud mental con el fin de alimentar la relación con la sociedad guatemalteca para proyectar una mejor imagen.
3. Desarrollar investigaciones y publicaciones propias, de forma educativa e informativa alusivas a la labor de la organización.
4. Al trazarse una estrategia es necesario tomar en cuenta que existen diversos factores tales como la aceptación de las personas ante los cambios o bien que esta no sea adecuada o tenga cambios repentinos por falta de fondos.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

1. **ProSaMe:** Promoción de la salud mental.
2. **Salud mental:** Estado de bienestar en el cual el individuo es consciente de sus propias capacidades, puede afrontar las tensiones normales de la vida, puede trabajar de forma productiva y fructífera y es capaz de hacer una contribución a su comunidad.
3. **Mente sana:** Es aquella que funciona en plena sincronía y unidad con las cualidades del corazón, entregándonos, debido a esta unión magistral, claridad y tranquilidad mental. Facultándonos para tomar las mejores decisiones, alcanzando así una comunicación plena con nosotros y nuestro semejante.
4. **Atención Psicoterapeuta:** Implementación de métodos y técnicas del campo de la psicología y la creatividad para alcanzar un vivir más saludable y creativo.
5. **Sección de terapia:** Tratamiento que busca estimular pensamientos, sentimientos, sensaciones y conocimientos, que tiene el paciente pero que no sabe cómo aplicarlos o no logra identificarlos plenamente.
6. **Práctica interdisciplinaria:** Grupo de disciplinas relacionadas entre sí y con vínculos previamente establecidos.
7. **Problemas emocionales:** Inhabilidad de formar o mantener relaciones interpersonales satisfactorias
8. **Problemas de comportamiento:** Patrón persistente y repetitivo de conducta en el que se destaca la violación de los derechos fundamentales de los demás o importantes normas sociales adecuadas a la edad.
9. **Problemas de aprendizaje:** Desorden en uno o más de los procesos psicológicos básicos involucrados en la comprensión o uso del lenguaje, hablado o escrito, que puede manifestarse en una habilidad imperfecta para escuchar, pensar, hablar, leer, escribir, deletrear o hacer cálculos matemáticos.
10. **Labor de hormiga:** se refiere a un trabajo arduo y minucioso.
11. **Convenio de referencia:** Cuando los recursos del establecimiento no permitan la atención del problema del usuario, se deberá remitir a otro establecimiento en el que se asegure su atención.

12. **Grupo Solid:** Fabricante y distribuidor de Pinturas y Recubrimientos en Centroamérica, proporcionando productos de alta calidad para los mercados Doméstico, Industrial, Automotriz y Madera.
13. **Acontecimiento suscitado:** suceso importante que promueve o favorece algo que implica, generalmente, agitación u oposición.
14. **Universo:** Totalidad de elementos o características que conforman el ámbito de un estudio o investigación.
15. **Muestra:** Parte de la población que sirve para representarla.
16. **Proporción:** Se utiliza como estimación de la probabilidad de un evento.
17. **Precisión:** es la dispersión del conjunto de valores que se obtiene a partir de las mediciones repetidas de una magnitud.
18. **Nivel de confianza:** probabilidad de que el parámetro a estimar se encuentre en el intervalo de confianza.
19. **INE:** Instituto Nacional de Estadísticas.
20. **Constatar:** Hacer constar algo que se cree o supone y que ha sido comprobado personalmente.
21. **Análisis sistemático:** Que sigue o se ajusta a un sistema o conjunto de elementos ordenados.
22. **Estructura operativa:** Agrupamiento de las actividades mediante las cuales se consiguen los objetivos.
23. **Comunicación Institucional:** Es aquella que se realiza de modo organizado por una institución y va dirigida a las personas y grupos del entorno social donde se realiza su actividad.
24. **Comunicación Externa:** conjunto de operaciones de comunicación destinadas a los públicos externos de una empresa o institución, es decir, tanto al gran público, directamente o a través de los periodistas, como a sus proveedores, accionistas, a los poderes públicos y administraciones locales y regionales, a organizaciones internacionales, etc.
25. **Plan de prácticas profesionales:** en las prácticas profesionales son las empresas y entidades las que solicitan a la universidad personal para aquellas actividades que ven oportunas por necesidades de la misma.

26. **Falencia:** Error que se comete al afirmar o asegurar cierta cosa, carencia o defecto de alguna cosa.
27. **Disertar:** tratar detenidamente cierta materia que se conoce bien, especialmente exponiéndola en público.
28. **Consolidar:** Hacer que una cosa inmaterial adquiera firmeza o solidez.
29. **Programa comunitario:** La noción de proyecto comunitario se refiere a las actividades que se llevan a cabo para solucionar un problema o paliar un déficit que sufren los integrantes de un cierto grupo social. Lo habitual es que esta clase de proyecto sea impulsada por las propias personas que tienen que resolver la cuestión.
30. **Motion Graphics:** Traducido literalmente es "grafismo en movimiento". Es un vídeo o animación digital que crea la ilusión de movimiento mediante imágenes, fotografías, títulos, colores y diseños.

BIBLIOGRAFÍA

Alegría Herrera, O. (2003). *Propuesta de Estrategias Comunicacionales Internas y Externas para crear una Imagen Positiva del Ministerio de Finanzas Publicas de Guatemala*. (Tesis de licenciado en ciencias de la comunicación).Universidad de San Carlos, Guatemala.

Claudín, V. & Anabitarte, H. (1986). *Diccionario general de la Comunicación*. Barcelona, España: Editorial Mitre.

Interiano, C. (1992). *Métodos de Investigación Social y Periodística*. Guatemala: Editorial Red

Miranda García, A. (2004). *Estudio de Factibilidad para la Creación de un Departamento de Relaciones Públicas*. (Tesis de Licenciada en Ciencias de la Comunicación) Universidad de San Carlos, Guatemala.

Rodas, O. (2008). *Guía para la ejecución de proyectos de comunicación para el desarrollo de comunidades o instituciones y para la redacción de informes finales de -EPS- de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación*. (Tesis de Licenciado en Ciencias de la Comunicación) Universidad de San Carlos, Guatemala.

SALÓ, N. (2005). *Aprender a comunicarse en las organizaciones*. España: Editorial Paidós.

Tomás Austin, M. (2006). *Definición Del problema a Investigar y de los Objetivos de Investigación*. México.

Wilcox, D., Ault, P., Agee, W. & Cameron, G. (2001). *Relaciones Públicas: Estrategias y tácticas*. (6ª. ed.). Madrid, España: Pearson Educación.

E-GRAFÍA

Álvarez Calvillo, J. A. (1999). *Implementación de un área de comunicación organizacional interna para el Instituto Guatemalteco de Educación Radiofónica*. Tesis de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Guatemala. Recuperado de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_0194.pdf

Enz, A., Franco, V., & Spagnuolo, V. (2012). *Manual de Comunicación para Organizaciones Sociales*. Buenos Aires: Comunia Asociación Civil. Recuperado el 12 de febrero de 2015, de http://www.comunia.org.ar/descargas/manual_de_comunicacion_para_organizaciones_sociales.pdf

GARCIA, L. (2008). *Si su empresa no comunica, no existe*. http://www.microsoft.com/business/smb/es-es/rpp/comunicacion_empresarial.msp.

INE. (2002). *Censo de la población guatemalteca*. Guatemala <http://www.ine.gob.gt>

ProSaMe. (2015). Página web. Guatemala <http://www.centroprosame.org>

“El éxito está conectado con la acción.
La gente exitosa se mantiene en movimiento.
Hacen errores pero nunca se dan por vencidos”.

Conrad Hilton

ANEXOS

Transcripción completa de entrevista.

Entrevista realizada a Licda. Julita Alonso Directora de Centro ProSaMe.

1. **¿Considera necesaria la creación de un departamento de comunicación en el centro PROSAME?** *Si, ya que parte importante del trabajo es poder sensibilizar a la población acerca de la importancia de hacer una detección y tratamiento oportuno de los problemas que tengan relación con la salud mental en los niños y adolescentes. Esa sensibilización depende de la capacidad de poder transmitirla a la población objetivo.*
2. **¿En qué disponibilidad se encuentra actualmente el centro PROSAME para la creación del departamento de comunicación?** *Contamos con el espacio y según las indicaciones correspondientes podemos solicitar apoyo para proveer del equipo necesario.*
3. **¿Estaría dispuesta a apoyar las solicitudes y necesidades que requiere la creación del departamento de comunicación? (en cuanto a personal, equipo, mobiliario y otros).** *Si*

Modelo de encuesta, población general.



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



La presente encuesta recaba información importante para la elaboración de EPS. Gracias por su colaboración.

Por favor responda las siguientes preguntas:

1. ¿Sabe usted qué es ProSaMe?

si

No

2. ¿Conoce qué significan las siglas ProSaMe?

si

No

3. ¿Sabe usted dónde se ubica ProSaMe?

si

No

4. ¿Por qué medio se enteró sobre los servicios de ProSaMe?

Medio de comunicación

Familiar

Amigo

5. ¿Conoce usted de las actividades que realiza ProSaMe?

si

No

6. ¿Cree que los medios con los que se comunica ProSaMe son suficientes para que llegue la información?

si

No

7. ¿Considera necesario actualizar la comunicación de las actividades y servicios de ProSaMe?

si

No

8. ¿Está de acuerdo en que la comunicación es primordial e importante para el desarrollo en general de todo ser humano?

si

No

Modelo de encuesta, población que presta servicios de ProSaMe.



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

La presente encuesta recaba información importante para la elaboración de EPS. Gracias por su colaboración.



Por favor responda las siguientes preguntas:

1. ¿Conoce qué significan las siglas ProSaMe?

2. ¿Por qué medio se enteró sobre los servicios de ProSaMe?

3. ¿Ha visitado la página web de ProSaMe?

4. ¿Qué le parece el contenido y la imagen de la página web?

5. ¿Ha participado de las actividades que realiza ProSaMe?

6. ¿Cree que los medios con los que se comunica ProSaMe son suficientes para que llegue la información?

7. ¿Considera necesario actualizar la comunicación de las actividades y servicios de ProSaMe?

8. ¿Recomendaría los servicios de ProSaMe?

9. ¿En qué momento el departamento de comunicación ha solventado sus dudas?

10. ¿Está de acuerdo en que la comunicación es primordial e importante para el desarrollo en general de todo ser humano?

Vaciado de la Encuesta

En cuanto al conocimiento de ProSaMe, el 3% de los encuestados conoce de la organización, un 99% desconoce lo que significan las siglas ProSaMe, mientras que el 4% sabe dónde se ubican las instalaciones del centro. Dentro de la población que adquiere los servicios de la organización el 100% desconoce el significado de ProSaMe.

A los encuestados se les pregunto si tienen conocimiento de las actividades que realiza ProSaMe y si han sido partícipes de ello, a lo cual el 98% respondió que desconoce de las actividades realizadas por el Centro, mientras que el 1% ha participado en ellas. Esto demuestra que del 3% de la población que conoce sobre ProSaMe, el 2% no participa de las actividades realizadas por la organización. Del 100% de la población que adquiere los servicios de ProSaMe el 98% no participa de las actividades. Lo cual evidencia que se debe divulgar el trabajo que ProSaMe realiza.







En cuanto a la comunicación externa del Centro ProSaMe, del 3% que tiene conocimiento de la organización, el 2% se enteró a través de familiares y amigos mientras que el 1% lo hizo a través de medios de comunicación. En cuanto a los que adquieren servicios de la organización el 100% lo hizo a través de amigos.


En relación a lo anterior se les pregunto si creían que los medios utilizados por ProSaMe eran suficientes para la difusión de información, a lo cual el 100% respondió que no, también se les pregunto sí consideraban necesario actualizar la comunicación de la organización y el 100% respondió que sí.






Respecto al uso de la tecnología Internet, el 100% de los que adquieren servicios, no ha visitado la página web. De esta respuesta se puede determinar que debido a la falta de conocimiento de ProSaMe y actualización por medio de la web no se ha logrado tener una conexión para alcanzar al grupo objetivo.

Story Board Audiovisuales








Storyboard Video de concientización Animado, Campaña “Lo que un niño piensa y siente sí importa”








	<p>Un niño sonriente contemplándose en el espejo.</p>	<p>3 seg. Música de fondo.</p>
	<p>Contempla el reloj y saca un dibujo (su padre, el y su madre) de su mochila. Lo ve y sonríe.</p>	<p>2 seg.</p>
	<p>Toma el dibujo Sale de la habitación y corre hacia la sala.</p>	<p>2 seg.</p>
	<p>Se siente para esperar a su padre. Para poder enseñarle su dibujo y platicar con el</p>	<p>2 seg.</p>
	<p>Le escucha llegar y se acerca a la puerta para recibirlo. Le enseña el dibujo Pero su padre se ve cansado. Y camina hacia la sala.</p>	<p>3 seg.</p>
	<p>Se sienta en el sofá para descansar, el niño se acerca para hablarle pero el padre no le presta atención.</p>	<p>2 seg.</p>







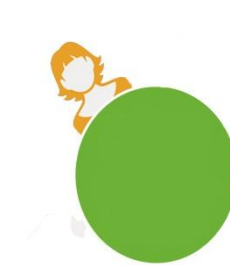
	<p>Camina para el despacho esperando que su madre pueda ver el dibujo.</p>	<p>2 seg.</p>
	<p>Entra y ve a su madre trabajando en la computadora.</p>	<p>2 seg.</p>
	<p>Se acerca para enseñarle su dibujo. Pero la madre no muestra interés y lo manda a su habitación.</p>	<p>2 seg.</p>
	<p>Camina triste para su habitación.</p>	<p>2 seg</p>
	<p>Se sienta en una esquina viendo su dibujo mientras sus lágrimas caen sobre el mojandolo.</p>	<p>3 seg</p>
	<p>El dibujo se rompe por las lágrimas se levanta y se acerca al espejo y sigue llorando.</p>	<p>2 seg</p>
	<p>Mientras llora su rostro se desvanece.</p>	<p>2 seg</p>
	<p>Luego empieza a desvanecerse la cabeza.</p>	<p>2 seg</p>


	<p>Se escucha su llanto pero ya no se ve parte de su cuerpo.</p>	<p>2 seg.</p>
	<p>Hasta que ha desaparecido por completo.</p>	<p>2 seg</p>
	<p>Luego sale el titulo Los hijos No son invisibles</p>	<p>2 seg.</p>
	<p>“Lo que un niño piensa y siente (esto se difumina y queda) #SI IMPORTA Para enlazarlo con redes sociales.</p>	<p>3 seg</p>
	<p>Logo de ProSaMe. Tel: 2332- 33282 www.centroprosame.org e-mail: info@centroprosame.org 7ª. Ave. 7-78 zona 4, Edificio Centroamericano penthouse, oficina 1101</p>	<p>4 seg.</p>

Storyboard Video institucional motion graphics.

imagen	Descripción	Texto narrado	tiempo
	Intro. Logotipo Va entrando por partes Con un bonito efecto Música de fondo		4 seg.
	Niño triste caminando por la ciudad La ciudad va girando como un mundo.	La situación actual de violencia deja día a día consecuencias en los niños y adolescentes	7 seg.
	Pasa por la escuela donde hay bullyn		
	Pasa por un edificio y encuentra maltrato familiar		
	Pasa por una casa y un padre quiere golpear a su hijo.		
	Gira y pasan varias expresiones de niños	Problemas emocionales y conductuales manifestados de distintas maneras.	6 seg.
	Da otro giro y entra uno a uno hasta juntarse todos luego se distiende como una manta y se escribe ProSaMe con efecto máquina de escribir.	Centro ProSaMe nace del interés de profesionales de distintas ramas de la salud.	5 seg.

<p>Edificio Centroamericano zona 4</p> 	<p>Da otro giro y el niño sigue caminando aparece un edificio, aparece el nombre y la zona y el niño entra</p>	<p>Contamos con clínicas que brindan atención psicológica a través de terapias y talleres permitiendo la evaluación y tratamiento desde los factores de mayor influencia psicológico, médico y educativo.</p>	<p>17 seg.</p>
	<p>Llega hasta el elevador y entra.</p>		
	<p>Se cierra el elevador y empieza a marcar los niveles desde el 1 hasta llegar al 11.</p>		
	<p>Sale el niño del elevador y sigue caminando por un pasillo</p>		
	<p>Llega a una puerta con el logo de prosame y entra.</p>		
	<p>Luego sale pero esta contento.</p>		
	<p>psicólogos dando terapias</p>	<p>Contamos con los mejores especialistas</p>	<p>2 seg.</p>

	<p>Secretaria dando información.</p>	<p>Con atención personalizada</p>	<p>2 seg.</p>
	<p>Padres de familia en sala de espera.</p>		
	<p>Se forma la forma de una casa y luego aparece el texto.</p>	<p>Y escuela para padres</p>	<p>2 seg.</p>
	<p>Las letras van entrando una por una formando una mano</p>	<p>ProSaMe es la forma que hemos encontrado para salir de la posición de espectadores y lograr a través de nuestra profesión promover el cambio en Guatemala.</p>	<p>9 seg.</p>
			
	<p>Y luego se dibuja la silueta de la mano alrededor de las letras.</p>		
	<p>Se dibuja un círculo con una persona.</p>	<p>Nuestro trabajo es encontrar la forma de hacer la diferencia con lo que cada uno tiene.</p>	<p>5 seg.</p>

	<p>Se van dibujando una por una las personas hasta llenar el círculo.</p>		
	<p>Luego se escribe ProSaMe</p>		
	<p>Y se da el efecto de reflejo.</p>		
	<p>Aparece una mano en cada lado y el texto.</p>	<p>Uno a uno se logra grandes cambios.</p>	<p>4 seg.</p>
	<p>Luego las manos se estrechan uniéndose y aparece el texto.</p>		

Fotografías ejecución del plan de comunicación.



Foto No.1 Epesista reunida con la Licda. Julita Alonso Directora de Centro ProSaMe.

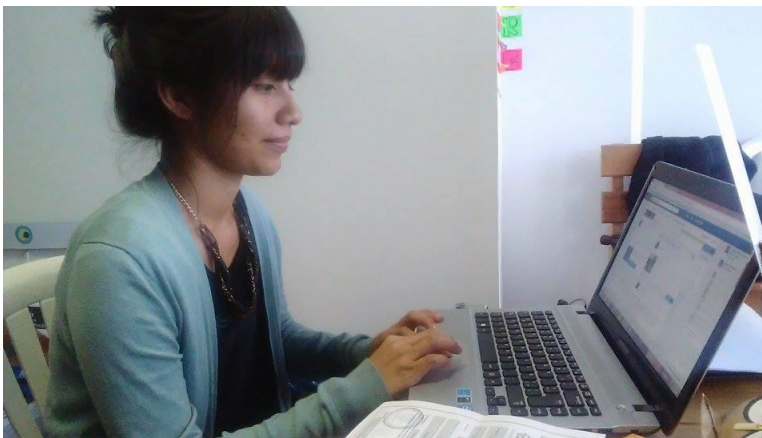


Foto No. 2 Epesista Carol Arriaza en oficina de comunicación, realizando sus labores.



Foto No. 3 Epesista Carol Arriaza junto a primer grupo de practicantes.