

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

“Estrategia de Comunicación Externa de la Coordinadora de Reforestación y Jardinería para la Conservación del Agua de Empagua - Corresgua - con énfasis en la Escuela Nacional de Ciencias Comerciales No. 5 zona 8, Ciudad Guatemala”

Marlon Arturo Ramos Secaida

**Previo a conferirse el título de:
Licenciado en Ciencias de la Comunicación**

Asesora

Licda. Evelin Maritza Morazán Gaitán

Guatemala, noviembre 2015

Universidad san Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Director

Lic. Julio Esteban Sebastián Chilin

Consejo Directivo

Representante de Docentes

M.A. Amanda Ballina

Lic. Víctor Carillas

Representante de los Estudiantes

Joseph Mena

Carlos León

Representante de los Egresados

Lic. Michael González Batres

Secretaria Académica y Administrativa

M.Sc Claudia Molina

Coordinador General de EPS

M.Sc Sergio Morataya

Coordinador de EPS

M.A. Julio Ochoa España

Supervisora

Licda. Evelin Maritza Morazán Gaitán

Supervisora

Licda. Brenda Yanira Chacón



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

Guatemala, 3 de febrero 2015

EPSL-B35-2015

Licenciada:

Matilde Pinto de Álvarez

EMPRESA MUNICIPAL DE AGUA (EMPAGUA)

Ciudad Guatemala

Licenciada Pinto:

Por medio de la presente solicito se sirva recibir como practicante de licenciatura en Ciencias de la Comunicación, al(a) estudiante: **MARLON ARTURO RAMOS SECAIDA**, carné 200417433 quien manifestó su deseo de hacer Practica Profesional Supervisada en su institución, para el efecto, se requiere lo siguiente:

- Extenderle una carta de aceptación.
- Facilitarle los materiales para hacer su práctica.
- Aceptar que dentro del Plan y Estrategia de Comunicación de 2015 de su institución, el(a) estudiante tenga la oportunidad de hacer un diagnóstico, elaborar un plan y ejecutar una estrategia, que ayude al Proceso de Comunicación Interno o Externo de su Institución.
- Autorizar que se supervise el Ejercicio Profesional – EPS-.

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

MA. Marco Julio Ochoa
Coordinador EPS Licenciatura
Cel. 59000007



Copia: archivo
MJOE-EMG



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



La ciudad es
como
TÚ

DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS
Empresa Municipal de Agua de la Ciudad de Guatemala
Sección de Normas y Procedimientos

Oficio No. 028-2015
MPdA/sm

Guatemala, 10 de Febrero del 2015.

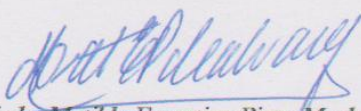
Señor
M.A. Marco Julio Ochoa
Coordinador EPS Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala
Presente

Señor Ochoa:

En respuesta al Oficio No. EPSL-B35-2015 de fecha 3 de febrero de 2015, me permito comunicarle que esta Dirección de Recursos Humanos, autoriza al señor Marlon Arturo Ramos Secaída para realizar su Práctica Profesional Supervisada en la Empresa Municipal de Agua de la Ciudad de Guatemala -EMPAGUA-, designándole específicamente la Coordinadora de Reforestación y Jardinería, ubicada en 8ª Avenida 38-59 zona 8 de esta ciudad, a cargo del colaborador Marvín Arnaldo Escobar Mansilla, quién será el responsable de supervisar su asistencia, así como el trabajo y los avances del mismo.

Al señor Marlon Arturo Ramos Secaída, se le comunico que los documentos que se produzcan como consecuencia del ejercicio de la práctica supervisada, deben ser previamente conocidos y revisados por la Dirección de Recursos Humanos y por el Coordinador del área que se le está asignando, así como comunicar a esta Dirección de cualquier acción que emprenda y presentar además un plan de trabajo.

Atentamente,


Lidia Matilde Ernestina Pinto Machón
Directora de Recursos Humanos



c.c. Sr. Marvín Arnaldo Escobar Mansilla
Coordinador del Área de Reforestación y Jardinería

Kardex RRHH
Supervisor de Área
Archivo.





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

Guatemala 27 de octubre del 2015

Estudiante Epesista de Licenciatura:
Marlon Arturo Ramos Secaída
Carné no. 200417433
Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Luego de evaluado su trabajo académico impreso y de campo titulado: **“Estrategia de Comunicación Externa de la Coordinadora de Reforestación y Jardinización para la Conservación del Agua de Empagua -Corresqua- con énfasis en la Escuela Nacional de Ciencias Comerciales No.5 zona 8, Ciudad Guatemala.”**, y haber sustentado el examen y defensa de su proyecto de EPS de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, se da por Aprobado por Unanimidad del Tribunal Examinador su trabajo final y se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y la impresión de su trabajo final de EPSL en un número de 7 ejemplares impresos que deberá entregar a diferentes instancias así como 3 CD's con el documento incluido en formato PDF los cuales deberá entregar a las Bibliotecas Flavio Herrera y la Central, y a la Comisión de Tesis de la E.C.C.

Sin más que constatar:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

MA. Marco Julio Ochoa
Coordinador EPS Licenciatura

Cel. 59000007



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

Dedicatoria

Al pueblo de Guatemala y a la Universidad de San Carlos de Guatemala

Quiero dedicar este esfuerzo académico, primero, al pueblo de Guatemala ya que gracias al pago de sus impuestos es que tengo la oportunidad y el honor de ser egresado de la Tricentenaria Universidad de San Carlos de Guatemala, alma mater de grandes hombres y mujeres.

A mis padres

Arturo Ramos Ávila y Olga Marina Secaida, por educarme con los principios básicos del ser humano desde el hogar. Por apoyarme económica y emocionalmente durante mi proceso de educación académica.

A mi esposa y mi hijo

Ingrid Massiel Corea Soza y Andy Javier Ramos Corea, por aguantar junto a mí las penurias, privaciones y sacrificios para poder dedicar parte de mi vida al alcance de mis objetivos académicos.

A mis hermanos y demás familia

Daibid Norman, Lilian Nineth, Diana Ivonne, Leslie Sully, Nancy Gabriela, Daniela, y Vivian Quetzallí, por ser parte de este esfuerzo, ya que de alguna manera me han apoyado en alguna etapa de mi vida y es algo que valoraré siempre.

A mis amigos

Que han sido pieza fundamental como parte de mi entorno social. Porque han estado en las buenas, en las malas. Gracias por su apoyo cuando más lo he necesitado.

A mi asesora

Licda. Evelín Morazán Gaitán por su apoyo incondicional y por su motivación durante todo el proceso de realización de este proyecto.

Hoja de responsabilidad

El autor es el único responsable de los contenidos y conclusiones del presente estudio.

ÍNDICE

Introducción.....	i
Título del tema.....	ii
Antecedentes.....	iii
Justificación	iv
Siglas y acrónimos:	v
CAPÍTULO I	1
1. Marco teórico.....	1
1.1. Definición de diagnóstico	1
1.2. Definición de comunicación.....	1
1.2.1. Elementos de la comunicación.....	2
1.2.2. Ruidos o barreras en la comunicación.....	5
1.2.3. Proceso de comunicación	6
1.2.4. Tipos y clases de comunicación.....	7
1.2.5. Comunicación intrapersonal, interpersonal y masiva.....	8
1.3. Comunicación organizacional	9
1.3.1. Organización formal	9
1.3.2. Organización informal.....	9
1.3.3. Concepto de organigrama	10
1.3.4. Tipos de comunicación en las organizaciones	10
1.4. Comunicación externa	11
1.4.1. Mercadotecnia o <i>marketing</i>	12
1.4.2. Relaciones públicas	12
1.4.3. Propaganda.....	13
1.4.4. Publicidad.....	13
1.5. Responsabilidad social corporativa.....	14
1.6. Comunicación ambiental.....	15
1.7. Opinión pública.....	15
1.8. Las tecnologías en la comunicación.....	16
1.9. ¿Cómo diseñar un plan de comunicación integral?	16
1.10. La observación.....	23
1.10.1. Métodos de observación	23
1.10.2. Tipos de observación.....	24

1.11.	Recurso forestal en Guatemala y conceptos sobre medio ambiente	26
1.12.	Problemática del agua en la zona metropolitana de Guatemala	29
1.12.1.	Relación entre agua y bosque	29
1.12.2.	Priorización de las zonas de reforestación	30
1.13.	Diagnóstico de la comunicación en Corresgua	31
1.13.1.	Objetivos del diagnóstico de comunicación.....	31
1.13.2.	Descripción institucional	32
1.13.3.	Antecedentes históricos	32
1.13.4.	Misión institucional.....	35
1.13.5.	Visión institucional	35
1.13.6.	Objetivos institucionales.....	35
1.13.7.	Organigrama institucional	36
1.13.8.	Análisis FODA de Corresgua	37
1.14.	Conclusiones de lo observado en Corresgua	40
CAPÍTULO II		43
2.	Metodología y resultados del diagnóstico	43
2.1.	Metodología	43
2.2.	Descripción del tipo de comunicación utilizada	44
2.3.	Tipo de investigación	44
2.4.	Técnicas de recolección de datos	45
2.4.1.	Observación utilizada.....	45
2.4.2.	La entrevista	46
2.4.3.	La encuesta.....	46
2.4.4.	Instrumentos utilizados	47
2.5.	Población diagnosticada.....	47
2.6.	Cronograma de actividades del EPS.....	48
2.7.	Presentación de resultados de la encuesta	49
2.8.	Resultados de la entrevista	59
2.9.	Conclusiones del diagnóstico	60
2.10.	Recomendaciones del diagnóstico	62
CAPÍTULO III.....		64
3.	Propuesta de comunicación.....	64
3.1.	Plan de comunicación.....	64

3.2.	Objetivos de comunicación	65
3.3.	Grupo Objetivo o <i>Target</i>	65
3.4.	Mensaje corporativo	66
3.5.	Descripción de la propuesta de comunicación.....	66
3.6.	Justificación de la propuesta	67
3.7.	Estrategias para su implementación.....	68
3.7.1.	Estrategia No.1: Cambio de imagen del logotipo y <i>slogan</i>	68
3.7.2.	Estrategia No.2: Planificación de actividad de reforestación	69
3.7.3.	Estrategia No.3: Artículos promocionales.....	70
3.7.4.	Estrategia No. 4: Calendario medio ambiental	71
3.7.5.	Estrategia No. 5: <i>Banner (Roll-up)</i>	72
3.7.6.	Estrategia No. 6: Boletín medio ambiental digital	73
3.7.7.	Estrategia No. 7: Afiches para redes sociales.....	74
3.7.8.	Estrategia No. 8: <i>Brochure</i> impreso	75
3.8.	Recursos a utilizar	76
3.9.	Cronograma de actividades	77
3.10.	Presupuesto para ejecución del plan de comunicación.....	78
CAPÍTULO IV		79
4.	Control y seguimiento.....	79
4.1.	Ejecución de las estrategias propuestas.....	79
Conclusiones.....		82
Recomendaciones para la institución		83
Recomendaciones para la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.....		84
Anexos		85
Glosario de términos.....		99
Referencias bibliográficas		101
E-grafías.....		104

Introducción

Durante el desarrollo del presente estudio se desarrolla teóricamente los conceptos básicos sobre las ciencias de la comunicación, que son necesarios referirse antes de profundizar en el tema del diagnóstico de la comunicación, específicamente en la Coordinadora de Reforestación y Jardinería para la Conservación del Agua(Corresgua). Luego de la inducción teórica, se muestran los resultados de la observación, la cual fue utilizada como método de investigación.

El diagnóstico de la comunicación realizado en Corresgua se realizó, primero, de manera interna, para determinar la situación actual de la organización, para posteriormente ser estudiada desde una perspectiva externa. Por lo que se diagnosticó a un público externo de Corresgua, el cual se delimitó en una institución educativa de nivel medio, específicamente, estudiantes de cuarto periodo contador de la Escuela de Ciencias Comerciales No.5, ubicada en la 2ª Avenida 38-91 Zona 8, Ciudad de Guatemala.

En el diagnóstico externo se determinó la necesidad de realizar una propuesta que mejore la notoriedad de la organización en el público externo, en cual no conoce la labor medioambiental de Corresgua, por lo que como parte de del presente estudio se realizó un plan de comunicación para cumplir con los objetivos de comunicación externa de la organización.

Por último se muestran las estrategias de comunicación que se ejecutaron como parte del plan de comunicación de Corresgua. El cual se llevó a cabo gracias a la colaboración de la Empresa Municipal de Agua de la Ciudad de Guatemala (Empagua), quien mostró colaboración e interés en el proyecto, así como al Coordinador de CORRESGUA por su apoyo incondicional, también a la dirección y a los alumnos de la Escuela de Ciencias Comerciales No. 5, por ser parte fundamental en el desarrollo del presente proyecto de Ejercicio Profesional Supervisado (EPS).

Título del tema

“Estrategia de Comunicación Externa de la Coordinadora de Reforestación y Jardinería para la Conservación del Agua de Empagua - Corresgua - con énfasis en la Escuela Nacional de Ciencias Comerciales No. 5 zona 8, Ciudad Guatemala”

Antecedentes

La Coordinadora de Reforestación y Jardinización para la Conservación del Agua (Corresgua), es una unidad de la Empresa Municipal de Agua de la Ciudad de Guatemala (Empagua), la cual inició el programa de reforestación desde mayo de 2013 con el objetivo de crear nuevos cinturones de creación de agua y educación ambiental.

Desde su inicio, Corresgua se propuso realizar un programa de reforestación el cual busca reforestar las áreas en alto riesgo de los diferentes asentamientos humanos que existen en la ciudad de Guatemala. Asimismo, dentro de la visión de este proyecto es realizar conferencias y talleres sobre la importancia de los bosques para la conservación del agua, dirigido a las instituciones educativas a nivel primario, secundario y preuniversitario.

Corresgua realiza una labor medioambiental muy importante, la cual ha tenido poca cobertura por parte de medios de comunicación y es casi nulo el conocimiento que los usuarios de Empagua tienen sobre esta labor medioambiental.

Anteriormente, no se ha hecho un diagnóstico de la comunicación sobre este tema dentro de la institución por lo que no hay un antecedente histórico, ni plan de comunicación para su ejecución y seguimiento.

Cabe mencionar, que dentro de su organigrama no se encuentra un departamento de comunicación, por lo que es la unidad de recursos humanos la encargada de emitir información dentro de la institución, la cual se realiza de manera descendente y estrictamente formal. Por lo que los únicos medios utilizados de manera interna son los convencionales como teléfono, email, fax, circulares etc.

En cuanto a la comunicación externa, Corresgua no cuenta con muchos medios para divulgar información, los únicos son el email, teléfonos y redes sociales, aunque estas últimas, un tanto restringidas a la hora de publicar información.

Justificación

El presente estudio tiene un enfoque medioambiental, tomando en cuenta la escasa información que hay respecto este tema, y específicamente en la Empresa Municipal de Agua de la Ciudad de Guatemala (Empagua) quien es responsable de la administración integrada del agua y alcantarillado, asimismo, uno de sus objetivos es contribuir a la conservación del ambiente, Por lo que es indispensable informar y concientizar a los usuarios sobre temas medioambientales.

Empagua, a través de la Coordinadora de Reforestación y Jardinería para la Conservación del Agua (Corresgua), ha iniciado con el programa de reforestación el cual es positivo, sin embargo según los resultados del diagnóstico de la comunicación, esta labor no es del todo conocida por los usuarios, por lo que un plan de comunicación integral que coadyuve a la divulgación e información generaría una imagen positiva hacia la institución.

Asimismo, un plan de comunicación externa, no solo mejora la notoriedad de la institución, sino que, implementando campañas de concientización, colaboraría con el involucramiento de la población en general sobre el cuidado y conservación del agua, así como hacer conciencia sobre el cuidado de los bosques y fomentar la reforestación como un medio para frenar los efectos del cambio climático.

Siglas y acrónimos:

Conap:	Consejo Nacional de Áreas Protegidas
Corresgua:	Coordinadora de Reforestación para la Conservación de Empagua
Diprona:	División de Protección a la Naturaleza
Empagua:	Empresa Municipal de Agua de la Ciudad de Guatemala
Fundaeco:	Fundación para el Ecodesarrollo y la Conservación
Iarna-URL y TNC:	Instituto de Agricultura, Recursos Naturales y Ambiente de la Universidad Rafael Landívar y The Nature Conservancy.
IGSS:	Instituto Guatemalteco de Seguridad Social
INAB:	Instituto Nacional de Bosques
Volusac:	Voluntariado de la Universidad de San Carlos de Guatemala

CAPÍTULO I

1. Marco teórico

El siguiente capítulo está dividido en dos etapas, en la primera se muestra la parte teórica del presente estudio sobre el diagnóstico de la comunicación; en la segunda fase, se muestran los resultados del proceso de observación y análisis FODA realizado en la Coordinadora de Reforestación y Jardinería para la Conservación del Agua (Corresgua). Asimismo, se hace una descripción actual de la organización.

1.1. Definición de diagnóstico

La palabra diagnóstico proviene del griego: “distinguir”, “discernir”, “conocer”.

“El diagnóstico es una lectura esencial de determinada situación social, una lectura de sus conexiones esenciales, desde una perspectiva histórica.”¹

Por lo que el diagnóstico es un ejercicio de diferenciación de los elementos de una determinada situación. Por ejemplo, en medicina, tal diferenciación busca distinguir unos síntomas de otros, mediante un cuidadoso reconocimiento, una lectura minuciosa de lo que inicialmente aparece a los sentidos, algo similar ocurre en las relaciones sociales en la interacción con otros individuos. También, cabe mencionar que quien no distingue y discierne bien puede atribuir el síntoma a causas erróneas.

1.2. Definición de comunicación

“El verbo comunicar proviene de la voz latina “comunicare”, puesta o poner en común. En su acepción más general, comunicación es acción y efecto de hacer a otro, partícipe de lo que uno tiene, descubrir, manifestar o hacer saber a uno alguna cosa, consultar, conferir con otros un asunto, tomando su parecer...”²

¹ (Prieto Castillo, 1985:39-41). *Diagnóstico de la comunicación*

² (Flores de Gortari y Orozco Gutiérrez) citado por (Interiano, Carlos 2003:11). *Semiología de la comunicación*.

“Conjunto de procesos físicos y psicológicos mediante los cuales se efectúa la operación de relacionar a una o varias personas – emisor, emisores – con una o varias personas – receptor, receptores – con el objetivo de alcanzar determinados objetivos.”³

“Comunicarse en sentido universal, es no solo conocer los problemas cercanos y lejanos sino comprenderlos, aprovecharlos para nuestra experiencia, acumularlos y servirnos de ellos para hacerle frente a situaciones nuevas en la vida. Comunicarse, viene a ser entonces educarse para vivir mejor”⁴

Según Almazán Moscoso no debe confundirse el término comunicación con información, ya que según él en todo proceso de relación entre dos personas se puede distinguir dos finalidades distintas. En la información el emisor solo trata de aumentar los conocimientos del receptor, mientras que en la comunicación, a la vez que aumenta dichos conocimientos, el emisor persigue influir sobre el comportamiento del receptor.⁵

1.2.1. Elementos de la comunicación

Velásquez Rodríguez indica que existen seis elementos en todo proceso comunicativo, los cuales se describen a continuación.⁶

a) Emisor

Es el encargado de emitir o codificar el mensaje, el cual debe ser entendible por el receptor del mensaje. El emisor no necesariamente es una persona, puede ser una institución u organización quien elabore un mensaje destinado para un grupo determinado.

b) Receptor

Es el que recibe o decodifica un mensaje por parte del emisor, que al igual que éste, no necesariamente es una persona, puede ser un animal, una institución o

³ (Anzieu, 1971) citado por (Ongallo, Carlos 2007:11) *Manual de Comunicación*.

⁴ (Eduardo Días Reyna), “La especialización del periodismo”. Citado por (Alzamora, Margot 1980:75) *La comunicación, hoy*.

⁵ (Almazán Moscoso, 1996:40) *Comunicación y Desarrollo: Teoría y ensayo*.

⁶ (Velásquez Rodríguez, 2004:15) *Comunicación, Semiología del mensaje oculto*.

un sujeto masificado y heterogéneo quien está expuesto a los mensajes por parte de los medios masivos.

c) Mensaje

Es lo que se quiere transmitir o comunicar, es la esencia del proceso comunicativo. Es la información que el emisor comunica al receptor. Aunque hay que advertir que existen mensajes que no son perceptibles por el emisor, los llamados subliminales, los cuales transmiten ciertas ideologías acorde a los intereses de quien emite el mensaje.

d) Canal

Es el medio por el cual el emisor transmite el mensaje. Haciendo uso de diferentes vehículos como por ejemplo, un micrófono, la radio, la prensa, la televisión, el internet etc. Este último el cual ha tenido mucho auge, gracias a los avances tecnológicos en los últimos años, y ha dado como resultado el surgimiento de las redes sociales. Por lo que un canal puede ser desde las ondas sonoras que se transmiten por medio de las cuerdas bucales en el lenguaje articulado, cuando se transmite el mensaje a un grupo reducido, hasta los medios más sofisticados que permiten transmitir un mensaje al mundo entero.

e) Código

Es el lenguaje que se utiliza para transmitir el mensaje, por ejemplo el idioma oral o escrito, el cual es más efectivo para el ser humano. Pero existen diferentes tipos de lenguajes o códigos: El código gestual, el icónico, los códigos sociales etc. Los cuales se dan por convención de toda una sociedad.⁷

f) Referente

Es el objeto aludido del mensaje, pero es independiente del emisor y receptor. El referente no siempre es un objeto concreto, sino la idea misma del mensaje, es como el núcleo del mensaje.

⁷ (Velásquez Rodríguez, 2004:15-22) Comunicación, Semiología del mensaje oculto.

g) Contexto

Existe un séptimo elemento que interviene en todo proceso comunicativo, según Carlos Interiano, “El contexto es el marco socio-económico y cultural donde se difunden los mensajes en un determinado período histórico”⁸

Alzamora define el contexto como: “La situación o circunstancia que rodea al texto. El contexto puede ser puramente socio-cultural (...)”⁹

Para Raúl Ávila en su libro “La lengua y los hablantes” menciona cuatro tipos de contexto: El contexto semántico, el contexto situacional, el contexto físico y el contexto cultural.¹⁰

El contexto semántico, en este contexto, un signoⁱ adquiere su significado con referencia al significado de los otros signos.

El contexto situacional. Se refiere a la situación de los hablantes en el espacio, en el tiempo y en el diálogo.

El contexto físico. Continuando con este autor, este tipo de contexto se apoya en el mundo exterior, el mundo físico que nos rodea.

El contexto cultural. Continuando con Raúl Ávila “en rasgos muy generales, se puede decir que el contexto cultural es todo el cúmulo de conocimientos que tiene el hablante por el simple hecho de vivir en cierta comunidad. Tiene conocimientos históricos; conocimientos adquiridos en la escuela; conocimientos que su propia experiencia le ha dado, etc. Todo esto nos ayuda constantemente a interpretar lo que oímos.”

⁸(Interiano, Carlos. 2003:19) *Semiología de la comunicación*.

⁹(Alzamora, Margot. 1980:44) *La comunicación, hoy*.

¹⁰(Ávila, Raúl. 1995:27-37). *La lengua y los hablantes*.

1.2.2. Ruidos o barreras en la comunicación

Se denomina ruido o barrera a cualquier interferencia que afecte el correcto funcionamiento de cualquiera de los elementos de la comunicación. Carlos Interiano hace un análisis sobre los ruidos o barreras en la comunicación, y las clasifica en barreras físicas, fisiológicas, psicológicas, y semánticas.

Barreras físicas. Son las fallas en el canal durante el proceso comunicativo, por lo que la transmisión de un mensaje no llega o no llega en su totalidad, debido a interferencias como por ejemplo fallas técnicas de la radio, una mala calidad de impresión en un medio escrito.

Barrera fisiológica. Este tipo de barrera es el mal funcionamiento en la emisión o recepción del mensaje. Se podría mencionar el mal funcionamiento de la vista, del oído o es muy frecuente en la forma de articular las palabras, hay personas que hablan muy rápido, con un volumen de la voz muy bajo, o por ejemplo cuando una persona sufre de afonía o pérdida temporal de la voz.

Barreras psicológicas. Este tipo de barrera se produce por la falta de atención o interés del mensaje, ya que pueden existir emociones, sentimientos o prejuicios por ejemplo en contra del emisor, que podría ocasionar que el receptor oiga, pero no escuche el mensaje. También los problemas patológicos podrían indirectamente ocasionar la falta de atención, ya que una persona que por ejemplo sufre de migraña estará indispuesta a escuchar a su interlocutor.

Barreras semánticas. “La semántica estudia el significado de las palabras, desde el punto de vista lingüístico. En comunicación nos referimos a barreras semánticas al entorpecimiento de la comunicación por mala interpretación de la realidad.”¹¹ Las barreras semánticas, como menciona Interiano, no se limitan a ser una mala interpretación de las palabras y oraciones, sino por ejemplo el desconocimiento o mala interpretación del significado de un contexto cultural.

¹¹(Interiano, Carlos. 2003:33-36) *Semiología de la comunicación.*

1.2.3. Proceso de comunicación

El proceso comunicativo o acto de comunicación humana según Carlos Interiano, en el cual intervienen los siete elementos antes mencionados.¹²

Por lo tanto, la comunicación es un acto que involucra a un emisor y uno o varios receptores para compartir o transmitir información, por lo que se convierte en conocimiento público desde que el emisor envía un mensaje a un receptor a través de un canal, utilizando un código y haciendo referencia a un tema u objeto de comunicación, dicho proceso se cierra cuando hay una respuesta por parte del receptor, quien a su vez, se convierte en emisor y, todo el proceso comunicativo está envuelto dentro de un contexto.

Asimismo, durante el proceso de comunicación pueden existir ruidos o barrera que afecten el correcto funcionamiento de cualquiera de los elementos de la comunicación.

DIAGRAMA DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN

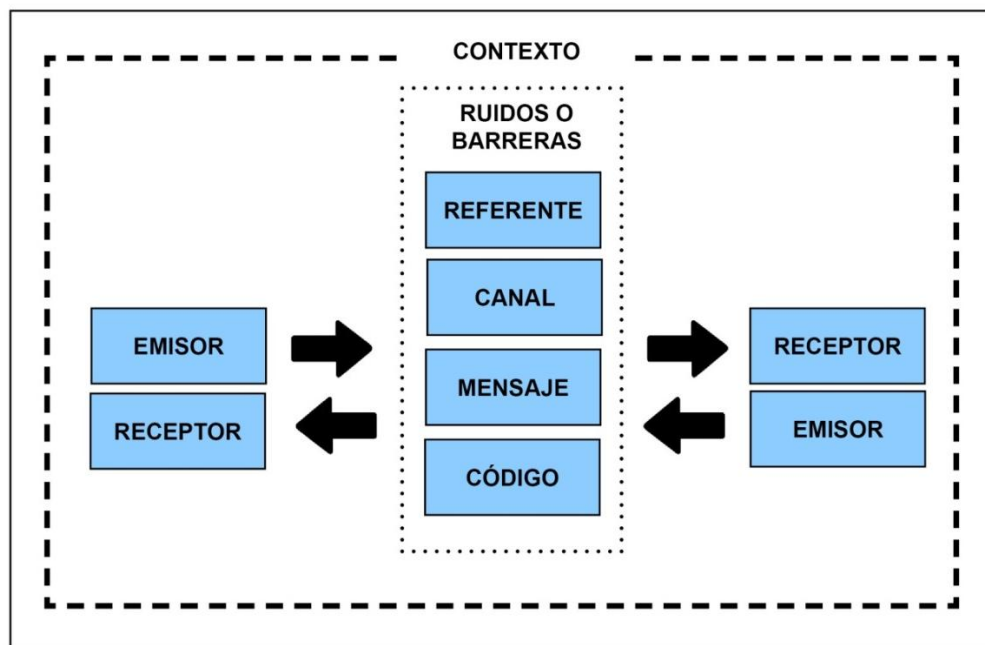


Diagrama 1: Elaboración propia

¹² Acto de comunicación humana (Interiano, Carlos 2003:22) *Semiología de la comunicación*.

1.2.4. Tipos y clases de comunicación

Margot Alzamora en su libro “Comunicación, hoy” hace una clasificación de tres clases o criterios de comunicación, asimismo, seis tipos de comunicación en cada criterio:¹³

Primera clase. Dentro de este criterio o clase de comunicación se encuentran dos tipos de comunicación: próxima o telecomunicación.

- **Próxima:** los interlocutores están en el mismo lugar. Utilizan los mismos canales naturales que disponen.
- **Telecomunicación:** se efectúa necesariamente por medios artificiales.

Segunda clase. En este segundo criterio o clase de comunicación también existen dos tipos de comunicación: unidireccional y bidireccional.

- **Unidireccional.** Cuando en el mensaje no interviene el receptor (destinatario) o sea, que circula en una sola dirección.
- **Bidireccional.** Existe un intercambio de opiniones entre el emisor (destinador) ⁱⁱ y receptor.

Tercera clase. En el tercer criterio o clase de comunicación se encuentran dos tipos de comunicación: Interindividual y de difusión.

- **Interindividual.** Tiene un escaso alcance social, dos o tres personas pueden participar en una comunicación de este tipo.
- **De difusión.** Se caracteriza porque el alcance social es muchas veces incalculable; porque un gran número de miembros reciben simultáneamente un mensaje; porque el emisor pretende influir decididamente en los receptores (cambios de opiniones o de actitudes); porque el mensaje enviado es recibido por miles de destinatarios, en el tiempo y en el espacio; y porque la comunicación tiene un porcentaje alto de unidireccionalidad.

¹³(Alzamora, Margot 1980:53-56) *La comunicación, hoy.*

1.2.5. Comunicación intrapersonal, interpersonal y masiva

Carlos Augusto Velásquez realizar otra clasificación de las clases de comunicación humana; apunta que existen muchas formas de clasificación, sin embargo, menciona tres formas elementales: comunicación intrapersonal, comunicación interpersonal y comunicación masiva.¹⁴

a) Comunicación intrapersonal.

Para Velásquez, se llama así a la comunicación que una persona efectúa consigo misma, solo existe autentica comunicación intrapersonal cuando la persona es consciente de sus propias emociones; cuando, producto de una reflexión crítica, decodifica e interpreta su propio ser. Continúa diciendo que de acuerdo con la teoría psicoanalítica la comunicación intrapersonal ocurre en tres niveles o en tres seres que coexisten en cada individuo: el ello (id), el yo (ego) y el súper yo (superego).

El ello es el conjunto de reacciones animales que posee el ser humano. El súper yo es el conjunto de reglas e imposiciones que la sociedad ejerce sobre el individuo. Finalmente el Yo es quien evalúa los argumentos de uno y otro y decide que hacer, se puede decir que el Yo es el rostro que la persona muestra ante la sociedad.

b) Comunicación interpersonal.

Este tipo de comunicación es la que se da entre dos o más personas, este tipo de comunicación propicia la interacción real y humana debido a que posibilita el contacto directo entre los interlocutores de forma bidireccional. Puede ser también unidireccional dependiendo si es intergrupual, o sea de un individuo a un grupo.

c) Comunicación masiva.

En esta clase de comunicación se hace uso de canales o vehículos para trasportar el mensaje en un proceso comunicativo. La característica principal de estos canales es su enorme poder de penetración, ya que transmiten mensaje a un auditorio grande, heterogéneo y anónimo.

¹⁴Tipos de comunicación... (Velásquez Rodríguez, 2005:48-54). Introducción a la semiología.

1.3. Comunicación organizacional

La comunicación en las organizaciones debe ser entendida como la interacción entre los miembros de una institución u organización. “la organización es como el arreglo de las funciones que se estiman necesarias para lograr un objetivo y una indicación de la autoridad y la responsabilidad asignadas a las personas que tienen a su cargo la ejecución de las funciones respectivas”.¹⁵ Según Almazán Moscoso, existen dos tipos de organización, la organización formal y la organización informal.

1.3.1. Organización formal

la organización formal es aquella que se expresa a través de un organigrama, se manifiesta cuando intervienen estos elementos: el organigrama que presenta la estructura, la descripción de funciones y la descripción de procedimientos.

1.3.2. Organización informal

La organización informal se refiere a las relaciones personales y sociales al margen de la organización formal y que las personas tienden a desarrollar entre sí, la cual ayuda a la interrelación social y de identificación de grupo.

“Fernández Collado (2002: p.35), considera que la comunicación informal puede beneficiar o perjudicar a las organizaciones, según como se emplee. De forma positiva: ayuda a la cohesión del grupo y a dar retroinformación sobre diferentes aspectos del trabajo realizado. De forma negativa: el rumor o chisme, es un distorsionador de la productividad y no ayuda, solo demora y perjudica a las personas y a la organización.”¹⁶

¹⁵ (Terry) citado por: (Almazán Moscoso, 1996:25) *Comunicación y desarrollo: Teoría y ensayo.*

¹⁶ Fernández Collado citado por: (de León Amador, 2012:7). *Tesis, Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación.*

1.3.3. Concepto de organigrama

Para Almazán Moscoso, los organigramas se componen en dos elementos gráficos: las unidades, representadas por un cuadro, en el cual generalmente se encierra el puesto y, las relaciones que hay entre las unidades, representándose mediante líneas, las cuales constituyen los canales de autoridad y responsabilidad.

Continuando con Moscoso, todo organigrama ideal revela las siguientes características bien definidas: la división de funciones; los niveles jerárquicos; las líneas de autoridad y responsabilidad; los canales formales de comunicación; los jefes de cada unidad o nivel y, las relaciones existentes entre los distintos puestos y los diversos niveles de la estructura organizacional.¹⁷

1.3.4. Tipos de comunicación en las organizaciones

continuando con Almazán Moscoso, menciona tres tipos de comunicación más frecuente que se utilizan en cualquier organización: descendente, ascendente y horizontal.

a) Comunicación descendente (Jefe a subalterno).

La cual debe ser clara y ordenada, oportuna, verificable, controlada. En cuanto a la comunicación escrita es más fácil y precisa cuando se dirige, ya que es menos personal, más controlable, señala jerarquía, queda constancia y es más lenta pero fija responsabilidades.

b) Comunicación ascendente (Subalterno a jefe).

Es la que proviene de los subalternos para expresar sus ideas, iniciativas, actitudes y sentimientos a la alta dirección. Hay que advertir que este tipo de comunicación es a la que menos atención se le presta provocando con frecuencia serios conflictos de orden laboral.

La comunicación en sentido ascendente es importante, ya que ofrece a los directivos y empleados de niveles inferiores la oportunidad de plantear preguntas,

¹⁷(Almazán Moscoso, 1996:29-33, 71-83) *Comunicación y Desarrollo: Teoría y ensayo.*

exponer sus quejas, expresar su satisfacción o falta de ella y hacer sugerencias para las medidas correctivas en los sistemas, métodos, procedimientos, o cambios en las estrategias y políticas institucionales.

c) Comunicación horizontal.

Es el tipo de comunicación entre el personal que se encuentra en los mismos niveles jerárquicos dentro de la estructura de la organización. Por ejemplo, los supervisores de diferentes departamentos deben ser animados y con cierta flexibilidad para comunicarse unos con otros con respecto a problemas comunes, con el objetivo de ejecutar el trabajo eficientemente.¹⁸

1.4. Comunicación externa

Castillo Esparcia, dice que una organización no está aislada sino que funciona en un campo interorganizacional, por lo que debe coordinar sus actividades con otras entidades con las que comparte algún tipo de interés.

Según afirma Kreps, “Estas organizaciones o individuos con los que tiene contacto directo los representantes de la organización, se conocen como entorno relevante de la organización. La comunicación externa permite a los miembros de la organización coordinar sus actividades con los de su entorno relevante” “Rodríguez (1991:32) la comunicación externa es el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos o servicios”.¹⁹

Continuando con Castillo Esparcia, en el estudio de la comunicación externa podemos ver a la organización como receptora y emisora de información con su entorno. Por lo que la comunicación externa está constituida por el envío de la información y búsqueda de la información.

¹⁸ (Almazán Moscoso, 1996:71-83) *Comunicación y desarrollo: Teoría y ensayo.*

¹⁹ Rodríguez (1991:32) y Kreps (1990:21) citados por: (Castillo Esparcia , 2010:103-105) *Introducción a las relaciones públicas.*

1.4.1. Mercadotecnia o *marketing*

Charles Lamb agrega que para conocer el ambiente externo de una organización, es necesario realizar un monitoreo ambiental el cual consiste en verificar las oportunidades y amenazas de una organización, para lo cual se hace uso de la mercadotecnia. Según la *American Marketing Association* (Asociación Norteamericana de Mercadotecnia, AMA, por sus siglas en inglés) define la mercadotecnia como: “el proceso de planeación y ejecución del concepto, establecimiento de precios, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan las metas individuales y las de la empresa”.²⁰ Por lo que la mercadotecnia es una filosofía con énfasis en la satisfacción del cliente o usuario.

La mercadotecnia o *marketing* utiliza diferentes elementos o herramientas conocido como mezcla promocional. Entre las cuales se puede mencionar la venta personal, promoción de ventas, relaciones públicas y la publicidad.

1.4.2. Relaciones públicas

Para la *International Public Relations Association*, (Asociación Internacional de Relaciones Públicas, IPRA, por sus siglas en inglés) define las relaciones públicas como: “una actividad de dirección de carácter permanente y organizado por la cual una empresa o un organismo privado o público busca obtener o mantener la comprensión, la simpatía o el concurso de aquéllos con los que tiene o puede tener que ver”.²¹

Charles Lamb agrega que no debe confundirse relaciones públicas (RR.PP.) con *publicity*. Ésta es el esfuerzo de captar la atención de los medios de comunicación masiva, a través de artículos, editoriales o notas de prensa de interés humano. Aunque muchas empresas inician con boletines de prensa con la esperanza que la información se publique o se difunda.²²

²⁰(Lamb, Hair, & MacDaniel, 1998:52,04, 487). *Marketing. Traducido al español por A. D. Quiñónez*

²¹(Castillo Esparcia, 2010:61) *Introducción a las relaciones públicas.*

²²(Lamb, Hair, & MacDaniel, 1998:518). *Marketing. Traducido al español por A. D. Quiñónez*

1.4.3. Propaganda

La propaganda etimológicamente, alcanza al conjunto de acciones organizadas para defender y difundir algo (un conjunto de ideas, un ideal, una persona, un sistema, una institución etc.). Para Castillo Esparcia, los elementos esenciales de la propaganda son:

- Finalidad persuasiva que busca alcanzar una imagen positiva para conseguir seguidores y mantenerlos.
- Se inserta plenamente en el mundo de la comunicación y de la información, así como en los sistemas ideológicos.
- Presentada como comunicación en todos sus vertientes (verbal, gestual, iconográfica...), que pretende influir en el aspecto cognitivo, actitudes y comportamientos individuales y colectivos.²³

1.4.4. Publicidad

La American Association of Advertising Agencies (Asociación Americana de Agencias de Publicidad) define la publicidad como: “una comunicación *one-rose* (pagada), no personal, que utiliza distintos medios y que hacen las empresas comerciales, las organizaciones sin fines de lucro, las instituciones oficiales y los particulares, identificándose cada uno de ellos con los mensajes que propician y con la finalidad expresa de informar y/o persuadir a los miembros de una audiencia específica.”²⁴

Charles Lamb agrega que La publicidad tradicionalmente ha sido orientada al producto, sin embargo, muchas empresas u organizaciones hace uso de la publicidad corporativa, la cual está diseñada para establecer, cambiar o mantener la identidad de la organización, manteniendo una actitud favorable en el público.

²³(Castillo Esparcia , 2010:48). *Introducción a las relaciones públicas.*

²⁴(Aprile, 2000:22). *La publicidad estratégica.*

- **Concepto de campaña de comunicación o publicitaria**

“Una campaña publicitaria es una serie de anuncios relacionados entre sí que enfocan un tema, slogan y conjunto de mensajes publicitarios comunes”.²⁵

La meta final de cualquier campaña de comunicación es lograr que las personas adquieran un bien o servicio, o en el caso de las organizaciones no lucrativas, tratar de lograr una acción. Por lo que es necesaria la realización de planificación de la comunicación para el logro los objetivos.

1.5. Responsabilidad social corporativa

Según una publicación realizada por CEOE-Cepeyme en Cantabria, España, la preocupación por la responsabilidad social de las empresas (RSE) o responsabilidad social corporativa (RSC) es un fenómeno que, desde hace varios años, viene llamando la atención de las empresas (especialmente de las grandes corporaciones), de la sociedad civil, de las instituciones públicas y de organismos multilaterales como Naciones Unidas. Este fenómeno encuentra su origen, principalmente, en la creciente preocupación de la sociedad por aspectos éticos, sociales y medioambientales.

Una definición aceptada de las RSC es: “La integración voluntaria por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores”. Consiste en que las organizaciones voluntariamente asuman compromisos que van más allá de las obligaciones reglamentarias y convencionales. Lo que persigue es el dialogo social, entendido como la plataforma para “reconciliar los intereses y las necesidades de las distintas partes de manera aceptable para todos ellos”.²⁶ En resumen, la RSC exige ir más allá de la ley y supone asumir los tratados y convenios internacionales sobre derechos humanos, derechos laborales y protección del medio ambiente.

²⁵(Lamb, Hair, & MacDaniel, 1998:500,502) *Marketin. Traducido al español por A. D. Quiñónez.*

²⁶(Domínguez Martín & Fernández Martínez, 2011:9, 15-16). *Responsabilidad social corporativa.*

Cabe mencionar que para que una empresa sea considerada como socialmente responsable, debe cumplir necesariamente con tres factores muy importantes como la gestión empresarial, gestión ambiental y acción social.

Específicamente dentro de la gestión ambiental, se debe tener en cuenta el respeto por el medio ambiente y el desarrollo de acciones específicas para evitar el cambio climático, por lo que esto conlleva a que muchas organizaciones implementen la creación de departamentos específicos para la realización del trabajo medioambiental, tanto dentro como fuera de la empresa que aspira asumir una RSC, con lo cual podría obtener una imagen u opinión pública favorable por parte de sus públicos externos.

1.6. Comunicación ambiental

La comunicación ambiental es un desafío que actualmente las empresas han asumido con el fin de reducir el impacto ambiental. Asimismo, actualmente se ha acuñado el término “*Green marketing*”, “el cual tiene como objetivo dar a conocer y poner en valor productos/servicios que se realicen bajo esquemas de reducción de impactos ambientales y que desde una perspectiva social, logren persuadir al público a cambiar los hábitos que son perjudiciales para el medio ambiente y para nuestra comunidad.”²⁷

1.7. Opinión pública

Continuando con Castillo Esparcia en un sistema democrático, incidir sobre la opinión pública es hacerlo directamente sobre la propia sociedad. Por lo que las organizaciones realizan acciones comunitarias sobre el público, como una actividad de diálogo con los miembros de la colectividad, con la finalidad e intención de crear y obtener un clima de simpatía y comprensión general acerca de sus demandas y aspiraciones. Con lo cual las organizaciones necesitan de los medios de comunicación, ya que son los principales poderes esenciales que generan la opinión pública.²⁸

²⁷ Socias fundadoras de B-Green: Vega, Claudia., & Venancio, Micaela. (2015). B-Green. Recuperado el 7 de 09 de 2015, de <http://b-green.pe/>

²⁸ (Castillo Esparcia , 2010:159). *Introducción a las relaciones públicas.*

Para Antonio Borge de la Rocha la opinión pública tiene, cuando está debidamente organizada, el poder de lograr lo que no puede el poder constituido, “como dijo Abraham Lincoln: con la opinión pública nada puede fracasar. Sin ella nada puede tener éxito”.²⁹ Por lo que cualquier tipo de organización, necesita proyectar una imagen positiva a través de la comunicación externa con el objetivo de mantener una opinión pública favorable.

1.8. Las tecnologías en la comunicación

La tecnología de las comunicaciones ha coadyuvado para que las actividades se realicen de manera más segmentada, ya que permite una relación más personalizada y un mayor control de los resultados. Internet es, para los profesionales de las relaciones públicas el mejor canal que ha existido nunca para desarrollar una profesión basada en la dirección estratégica de la comunicación entre una organización y sus públicos.³⁰

1.9. ¿Cómo diseñar un plan de comunicación integral?

Para Capriotti todo plan de comunicación necesita básicamente de ocho etapas: Definición de los públicos de la comunicación (público objetivo o target); Identificación de objetivos de comunicación; Fijación del presupuesto de comunicación; Definición del mensaje corporativo; Definición de las formas comunicativas de la organización; Selección del mix de actividades y de medios/soportos de comunicación; Ejecución del programa de comunicación; Evaluación del programa de comunicación.

a) Definición del público objetivo en la comunicación

Continuando con Capriotti, el público de comunicación son aquellos grupos con los que la empresa desea comunicarse, para lograr informar o persuadir sobre las características y ventajas de una organización. Por lo que hay que conocer las diferentes características del público objetivo, como características demográficas, psicográficas, hábitos de información etc. “Es conveniente señalar que lo ideal sería que para cada uno de los públicos identificados se realizara un plan

²⁹ (Borge De la Rocha, (s.f.):4-5) *Anotaciones sobre opinión pública.*

³⁰ Vera (2000:8/1) citado por (Castillo Esparcia, 2010:118) *Introducción a las relaciones públicas.*

específico de comunicación, con la determinación de los objetivos, presupuestos, acciones y evaluación concretas para cada uno de ellos.”³¹

Castillo Esparcia, explica al respecto de los públicos externos, que se pueden mencionar: los clientes, los proveedores, los bancos y entidades de crédito, las universidades y escuelas superiores, los medios de comunicación y las instituciones públicas.³² Asimismo, define cada uno de los diferentes públicos externos con los que la organización se relaciona, sin embargo, se mencionarán los que son de mayor interés para el presente estudio: los clientes o usuarios, las universidades y escuelas superiores, los medios de comunicación y las instituciones públicas o privadas.

Los clientes o usuarios. Una organización debe tener la obligación de información sobre las características de los productos o servicios que ofrece. Tomando en cuenta que los juicios que formulen sus públicos afluirán en la opinión pública y en el mantenimiento y demanda de nuevos servicios.

Las universidades y escuelas superiores (instituciones educativas). La organización debe considerar como público externo y el tener acercamiento con estas instituciones con la intención de sensibilizar y educar en determinadas temáticas. A cerca, acerca de

Los medios de comunicación o difusión. Una organización debe realimentar a los medios de comunicación, con el objetivo de informar acerca de la organización sobre sus actividades y programas de actuación. La información debe ser relevante y noticiosa.

Las instituciones públicas o privadas. También las instituciones públicas o privadas son públicos externos, con las cuales se deber participar en la dinamización de acontecimientos públicos o en la información que se pueda recibir u ofrecer acerca de la organización o de su entorno social.

³¹(Capriotti, Paul. 2013:221-222). *Planificación estratégica de la imagen corporativa.*

³²(Castillo Esparcia , 2010:104-105) *Introducción a las relaciones públicas.*

- **Métodos para establecer un segmento de mercado o perfil de las audiencias.**

Tomando en cuenta que las audiencias constituyen el público objetivo a analizar, ya que las personas tienen distintas preferencias en los medios de comunicación. Pérez-Latre menciona dos métodos para determinar el perfil de las audiencias: la demografía y la psicografía.

- **Demografía.** Las variables demográficas que se utilizar con más frecuencia son las siguientes: sexo, edad, estado civil, ingresos, nivel de educación y ocupación.
- **Psicografía.** Es un campo construido a partir de la psicología, la sociología y el conocimiento cultural. La Psicografía refleja aspectos de la personalidad, por lo que es necesario conocer el comportamiento de las personas por medio de cuestionarios, sondeos e investigar.

b) Identificación de los objetivos de comunicación

Pérez-Latre indica que “la determinación de los objetivos pide investigación y audacia. Se utiliza como referencia un sólido análisis de la situación. Los objetivos deben reflejar el pasado, la situación actual y las proyecciones del futuro razonables”.³³

Capriotti indica que los objetivos de comunicación son un elemento clave a la hora de diseñar una estrategia comunicativa, ya que servirán de guía para evaluar y analizar los resultados desde de una manera cuantificable. Los objetivos deberán plantearse a mediano o largo plazo dependiendo si las modificaciones van a ser importantes.³⁴

Existen algunas condiciones a la hora de formular objetivos, por ejemplo las limitantes económicas, los recursos humanos necesarios para poner en práctica los objetivos planteados y, las restricciones por el tiempo disponible. Estos tres aspectos definirán la amplitud y ambición de los objetivos de comunicación.

³³(Pérez-Latre, 2000: 43, 51-52,). *Planificación y gestión de medios publicitarios.*

³⁴(Capriotti,Paul. 2013:223-226). *Planificación estratégica de la imagen corporativa.*

Asimismo, para determinar la rentabilidad de las acciones en comunicación y una mejor evaluación de los resultados, es conveniente elaborar los objetivos en base a los siguientes aspectos:

- **Intención:** explicar el tema o la cuestión que la empresa u organización desea mejorar o cambiar.
- **Medida:** señalar el grado de modificación que se quiere obtener de la intención expresada. Preferiblemente en porcentajes, o sea que sean cuantificables.
- **Plazo:** indicar el tiempo disponible para llegar a cumplir con la intención descrita.

Asimismo, los objetivos deben ser claros y concretos, flexibles y alcanzables. No es conveniente que los objetivos sean utópicos, sino realistas; ni tampoco exageradamente fáciles de lograr. Cabe mencionar que existen diferentes tipos de objetivos, dependiendo del enfoque de comunicación, por ejemplo lograr notoriedad, diferenciación, credibilidad y confianza, referencia de imagen corporativa, y preferencia.

Pérez-Latre, agrega que existen diferente objetivo: los objetivos de *marketing*, los objetivos publicitarios y los objetivos de planificación de medios, y todos deben estar coordinados.³⁵ Los objetivo de *marketing* tiene prioridad porque indican la direccion; los objetivos publicitarios se basan en la comunicación, o sea procuran llegar el mensaje, y los objetivos de planificación de medios se basan en objetivos relevantes de publicidad y *marketing*. Asimismo, indica que los objetivos de planificación de medios bien elaborados deben responder a seis preguntas claves: ¿a quién van a llegar? ¿Dónde? ¿Cuándo? ¿Cuál es el nivel de cobertura? ¿Con qué intensidad? Y ¿Con qué frecuencia?

c) Fijación del presupuesto de comunicación

Existen diferentes criterios para fijar el presupuesto para ejecutar los proyectos de comunicación, para Capriotti recomienda estimar el presupuesto partiendo desde los inicios del planteamiento de los objetivos de la comunicación y públicos, pero

³⁵(Pérez-Latre, 2000:46). *Planificación y gestión de medios publicitarios*.

que sean flexibles para no limitar la creatividad o propuestas interesantes que puedan surgir y siempre intentando ajustarse a los lineamientos marcados por el presupuesto tentativo. “la base ideal para establecer el presupuesto es ajustarlo a las necesidades de comunicación de la empresa o del proyecto que se desea comunicar”³⁶

d) Definición del mensaje corporativo

Continuando con Capriotti, una vez determinado el público objetivo y los objetivos de comunicación, se procede a formular el mensaje clave el cual está formado por: El concepto comunicativo, el cual es la idea central que la organización desea comunicar a sus públicos, o sea, qué desea comunicar. Asimismo, el estilo comunicativo, el cual es la forma de presentar los mensajes al grupo objetivo, es el cómo se va a decir.

Dependiendo del grupo al que se quiera llegar, el mensaje debe ser diferente, propio y particular. También se debe tomar en cuenta el tipo de influencia deseada cognitiva, afectiva y/o conductual. Asimismo, tratar de diferenciar los mensajes de los de otras empresas, ya que se corre el riesgo de no lograr una diferenciación, ni una referencia adecuada.

e) Determinación de las formas comunicativas

Para Capriotti, las formas comunicativas hacen referencia a la identificación de todas las posibilidades comunicativas de la organización. La correcta identificación de las formas comunicativas de una organización es una cuestión importante ya que permite realizar una planificación más adecuada, logrando un mayor control, ya que si no se identifican correctamente las formas comunicativas en una campaña de comunicación se corre el riesgo de obtener una gran cantidad de comunicación incontrolada. ³⁷ Según Capriotti, dentro de las formas de comunicación de la organización se encuentra la acción comunicativa, dentro de las cuales se puede incluir la comunicación interna, comercial, industrial e institucional. Pero además de estas actividades de comunicación, una

³⁶(Capriotti, Paul. 2013:227)Planificación estratégica de la imagen corporativa.

³⁷(Capriotti, Paul. 2013:228-233). Planificación estratégica de la imagen corporativa.

organización también comunica por medio de una conducta corporativa, la cual se describe como las acciones que una organización realiza en su vida diaria comunicando los valores y principios con los que se identifica.

f) Selección del mix de actividades y de medios/soportes de comunicación

“La planificación de medios, explica Donnelly, es el proceso de escoger el vehículo de comunicación de masas en el que se situará el mensaje de anunciante, comprando ese tiempo o espacio, y asegurando que el mensaje publicitario se difunda exactamente tal y como se compró”³⁸

Continuando con Capriotti en esta etapa de debe establecer que medios se han utilizado y el grado de uso de los mismos, así como los medios que no se han utilizado y si puede ser posible su utilización. Asimismo, se debe de analizar la efectividad, la rentabilidad y la importancia que tiene cada soporte o medio. Tomando en cuenta estos aspectos, se puede hacer uso de los diferente medios dependiendo de los objetivos y al público objetivo que se necesita llegar.

Capriotti hace mención de algunos medios que se pueden utilizar dentro de la acción comunicativa: en la comunicación interna (con los empleados) se puede hacer uso de instrumentos como revistas, boletines, tablón de sugerencias, buzón de sugerencias etc. En la comunicación comercial (públicos externos) por ejemplo, la publicidad, el *marketing directo* etc. En la comunicación industrial (proveedores y distribuidores) en la cual se utilizan instrumentos como las visitas a la organización, informes comerciales, reuniones etc. Y en la comunicación institucional (medios de comunicación, comunidad local, opinión pública) por ejemplo las relaciones públicas destinadas a lograr la aceptación, credibilidad y confianza de la organización como miembro de la sociedad.

Una vez seleccionados los instrumentos y medios, se deberá establecer la programación ordenada y organizada de las acciones. Esto se realizará por medio del *planning del mix* de actividades y medios. *El planning* consiste en distribuir,

³⁸(Pérez-Latre, 2000:11). *Planificación y gestión de medios publicitarios.*

dentro de un esquema temporal (tres meses, seis meses o un año), las actividades de comunicación seleccionadas.

g) Ejecución del plan de comunicación

“Esta etapa consiste en poner en marcha y llevar adelante las acciones y actividades planificadas en el mix de actividades y medios de comunicación.”³⁹

Para ellos son necesarios los siguientes aspectos:

- La distribución de los recursos disponibles
- La coordinación de todas las acciones planificadas
- La organización de las actividades planificadas
- La compra de los espacios necesarios seleccionados
- La producción de los materiales necesarios

h) Evaluación del plan de comunicación

Una vez ejecutado el plan de comunicación, se debe evaluar el grado de éxito alcanzado. Capriotti menciona tres tipos de evaluación de los resultados:

- a) Cumplimiento o progreso de los objetivos previstos. Asimismo haber realizado un buen análisis de la situación actual de la organización.
- b) Análisis de las actividades y medios. Por ejemplo haciendo un análisis del cumplimiento del cronograma de actividades.
- c) Influencias en los públicos. Por ejemplo cantidad de participantes esperados vs. Cantidad de participantes inscritos en un evento.

³⁹(Capriotti, Paul. 2013:236-237). *Planificación estratégica de la imagen corporativa.*

1.10. La observación

Según Jiménez Marqués la observación es la “Técnica de recogida de la información que consiste básicamente, en observar y recoger las actuaciones, comportamientos y hechos de las personas, tal y como las realizan habitualmente”.⁴⁰

Para Alexander Melgar “La observación: específicamente es utilizada en la psicología, sociología, astronomía, pedagogía y Ciencias de la Comunicación”⁴¹ por lo que existen diferentes métodos de investigación propios de cada ciencia, y la observación es un método utilizado en el diagnóstico de la comunicación.

1.10.1. Métodos de observación

Continuando con Jiménez Marqués, indica que existen tres métodos de observación: método inductivo, método deductivo y el método hipotético deductivo.

- **Método inductivo**

Se valora la experiencia como punto de partida para la generación del conocimiento. Por lo que se llega a generar el conocimiento mediante la observación y de ahí se formula la ley.

- **Método deductivo**

El método deductivo llega mediante la razón y de ahí se deducen consecuencias lógicas aplicables a la realidad.

- **Método hipotético deductivo**

Este método es una combinación de los dos anteriores, por lo que el investigador necesita los datos teóricos como de los datos de los datos empíricos.

⁴⁰(Jiménez Marqués, 2009:7-8)(s.f.). *El principio del final* . Recuperado el 25 de 02 de 2015, de <https://proyectoempresarial.files.wordpress.com/2009/10/observacion.pdf>

⁴¹(Melgar, Luis Alexander 2007:9) *Etapas a seguir en el desarrollo del proyecto de investigación y guía para la presentación del informe final del proyecto.* .

1.10.2. Tipos de observación

Continuando con Jiménez Fernández, quien realiza una clasificación sobre los tipos de observación.⁴²

- **Observación natural**

En esta el observador es un espectador de la situación, sin intervenir de modo alguno en los acontecimientos observados.

- **Observación estructurada**

Consiste en un plan de recogida de datos mediante observación, en este caso el observador trata de establecer algún tipo de control sobre la situación. Se conocen de antemano las actividades y características que se identifican y registran.

- **Experimento de campo**

Se realiza en una situación natural, conlleva a por lo menos dos situaciones diferentes de observación, de manera que las diferencias que aparezcan puedan ser atribuibles a la causa que se está investigando.

- **Observación participante**

En este tipo de observación el observador forma parte de la propia situación que se está observando.

- **Auto observación**

En esta el observador y observado son la misma persona.

- **Observación artificial**

En este tipo de observación el observador manipula o altera el ambiente, para crear una situación particular para ser observada.

⁴²(Jiménez Marqués, 2009:10). *El principio del final*. Recuperado el 25 de 02 de 2015, de <https://proyectoempresarial.files.wordpress.com/2009/10/observacion.pdf>

- **Observación encubierta**

El observado no sabe que está siendo objeto de observación. Es utilizada cuando la observado podría comportarse de manera distinta si sabe que lo están observando.

- **Observación no estructurada**

En esta el observador estima lo que considera pertinente del hecho observable.

- **Observación directa**

Se contempla directamente el comportamiento del investigado.

- **Observación indirecta**

Consiste en ver los resultados de un comportamiento ya realizado.

- **Humana o mecánica**

Continúa Jiménez Márqués en la primera se realiza por personas, en la segunda es realizada por medio de procedimientos mecánicos o electrónicos, como cámaras de video, grabadoras etc., u otras más sofisticadas como la cámara ocular, la cual fotografía el movimiento de los ojos.⁴³

⁴³(Jiménez Márqués, 2009:15) *El principio del final*. Recuperado el 25 de 02 de 2015, de <https://proyectoempresarial.files.wordpress.com/2009/10/observacion.pdf>

1.11. Recurso forestal en Guatemala y conceptos sobre medio ambiente

“En Guatemala existen dos instituciones del Estado que tienen bajo su administración, el manejo del recurso forestal del país. Por un lado está el Instituto Nacional de Bosques (INAB) que fue creado mediante el decreto legislativo 101-96, Ley forestal vigente, y que delega en esta institución la administración de los recursos forestales que se encuentra fuera de las áreas protegidas, y por otro lado existe el Consejo Nacional de Áreas Protegidas (Conap) que fue creado mediante el decreto legislativo 4-89 y al cual le fue delegado la administración de las áreas protegidas del país”.⁴⁴

En Guatemala existe el decreto legislativo 101-96, del cual se tomaron algunas definiciones, las cuales se describen a continuación:⁴⁵

Árbol. Planta leñosa con fuste (palo) y copa definida.

Bosque. Es el ecosistema en donde los árboles son las especies vegetales dominantes y permanentes, se clasifican en: 1) Bosques naturales sin manejo: Son los originados por regeneración natural sin influencia del ser humano; 2) Bosques naturales bajo manejo: son los originados por regeneración natural y que se encuentran sujetos a la aplicación de técnicas silviculturalesⁱⁱⁱ; 3) Bosques naturales bajo manejo agroforestal: son los bosques en los cuales se practica el manejo forestal y la agricultura en forma conjunta.

Conservación. Es el manejo de comunidades vegetales y animales u organismos de un ecosistema, llevado a cabo por el hombre, con el objeto de lograr una productividad y desarrollo de los mismos e incluso aumentarla hasta niveles óptimos permisibles, según su capacidad y la tecnología del momento, con una duración indefinida en el tiempo.

Especie. Es un conjunto de individuos con características semejantes que se identifican con un nombre científico común.

⁴⁴(Paiz Girón , 2006:7) Trabajo de Tesis, Universidad de San Carlos de Guatemala. Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales.

⁴⁵. (Ley forestal , 1996:4-5) Decreto número 101-96.El contenido de los conceptos fueron descritos como están redactados según esta ley.

Reforestación o repoblación forestal. Es el conjunto de acciones que conducen a poblar con árboles un área determinada.⁴⁶

Regeneración artificial. Es la reproducción del bosque mediante procesos y cuidados que se inician en la recolección de la semilla hasta el establecimiento de las plantas en el campo.

Regeneración natural. Es la reproducción del bosque mediante los procesos naturales del mismo, los cuales pueden favorecerse mediante técnicas silviculturales.

Restauración. Es el proceso de retornar una población o ecosistema degradado a una condición similar a la original.

Siembra directa. Es la reproducción forestal mediante la colocación de la semilla directamente en el campo definitivo.

Siembra Indirecta o Plantación. Establecimiento de un bosque mediante plantas que previamente han sido cuidadas en vivero.

Tala. Cortar desde su base un árbol.

Zona de recarga hídrica. Son áreas superficiales asociadas a una cuenca determinada, que colectan y permiten la infiltración del agua hacia niveles friáticos y/o acuíferos. El valor estratégico de éstas se identifica por el agua de saturación que es extraída eventualmente por el hombre para sus diferentes actividades productivas.

Deforestación. Es el proceso de desaparición de masas forestales (bosques), fundamentalmente causada por la actividad humana.⁴⁷

Medio ambiente. Escobar Sandoval indica que el medio ambiente es todo lo que nos rodea, la tierra, el aire, el agua, las plantas, los animales, las personas etc. El hombre es sujeto y parte del ambiente quien puede transformarlo o conservarlo.

⁴⁶*(Ley forestal , 1996:5-6) Decreto número 101-96.El contenido de los conceptos fueron descritos como están redactados según esta ley.*

⁴⁷*(Paiz Girón , 2006:1) Tesis, Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales*

Contaminación. Según el diccionario del medio ambiente de M. Allaby dice que contaminación “es la alteración directa o indirecta de la propiedades radioactivas, biológicas, térmicas y físicas de una parte cualquiera del medio ambiente, que puede crear un efecto nocivo o potencialmente nocivo para la salud, supervivencia o bienestar de cualquiera que viva.”⁴⁸

El agua. El agua es un compuesto estable formado por la unión de dos elementos: hidrógeno (H) y oxígeno (O). El hidrogeno se constituye como el elemento más abundante del universo. El oxígeno, por su parte, es uno de los elementos más importantes de la química orgánica, ya que participa de forma vital en el ciclo energético de los seres vivos, asimismo, es esencial en la respiración celular.

Si bien el agua cubre el 75% de la superficie terrestre, sólo el 2,53% es agua dulce, el 97,5% restante es agua salada contenida en los mares, océanos y lagos ubicados en diferentes partes del Globo Terrestre. De este 2,53% de agua dulce, el hombre sólo tiene acceso a un 1%, siendo un 0,3% el agua disponible en ríos y lagos.⁴⁹

“El agua es al propio tiempo indispensable y la substancia más abundante en el planeta tierra, cabría decir que toda vida es “acuática”. Sin embargo, en la práctica hablamos de un hábitat acuático como aquel en el que el agua es el medio principal tanto interno como externo. Los hábitats de agua dulce pueden considerarse en dos series: hábitat de agua quieta como lagos, estanques, pantanos o charcos, y hábitat de agua corriente como: manantiales, riachuelos, arroyos y ríos.”⁵⁰

⁴⁸(Escobar Sandoval, 1997:26,28-29) Tesis. Universidad de San Carlos de Guatemala.Escuela de Ciencias de la Comunicación.

⁴⁹(Avellaneda Yajahuanca , Peñatoro Yori, & Martín Brañas , 2011:5-6) Cuidado y gestión sostenible de las fuentes tradicionales de agua en comunidades rurales amazónicas.

⁵⁰(P. Odum, 1971:326) Ecología. Traducción al español de C. G. Ottenwaelder.

1.12. Problemática del agua en la zona metropolitana de Guatemala

Un estudio realizado por Instituto de Agricultura, Recursos Naturales y Ambiente de la Universidad Rafael Landívar de Guatemala (IARNA-URL), indica que la expansión humana y el crecimiento poblacional, combinado con una importante degradación ambiental en las cuencas^{iv}, han resultado en una mayor presión sobre los recursos naturales de la zona y sus alrededores.

La destrucción de estos recursos implica la degradación de los servicios como la producción del agua para la zona metropolitana de Guatemala. En esta zona la disponibilidad de agua está siendo amenazada por: la demanda creciente, el proceso de urbanización desordenado, y la degradación de las cuencas.

El abastecimiento de agua para la zona metropolitana de Guatemala se basa en cinco sistemas de agua superficial vinculados con cinco cuencas hidrográficas: Coyolate, Pixcayá, Las Vacas, Plátanos y María Linda.

La distribución del agua está gestionada por la Empresa Municipal de Agua de la Ciudad de Guatemala (Empagua) en la ciudad de Guatemala, y por los gobiernos locales en los otros municipios; la mayoría de residenciales y compañías privadas se abastecen de agua subterránea a través de pozos mecánicos propios. Hay que destacar que no existe, hasta el momento, reglamentaciones relacionadas con la extracción de agua a nivel nacional.⁵¹

1.12.1. Relación entre agua y bosque

En cuanto a la regulación de los mínimos hidrológicos, continuando con el estudio realizado por IARNA-URL, afirma que la deforestación provoca la disminución de los caudales^v en temporada seca. Cabe mencionar que estos caudales (caudales base) son condicionados por los flujos de agua infiltrados durante la estación lluviosa. Por otro lado, no se ha evidenciado que la reforestación pueda “reparar” los efectos de la deforestación. Este resultado se explica principalmente por el hecho de que un bosque reforestado o plantado no tiene las mismas características que un bosque natural. Sin embargo, aunque la reforestación no

⁵¹ (Van Tuylen, 2011) citado por: IARNA-URL y TNC, 2013:5). *Bases técnicas para la gestión del agua con visión de largo plazo en la zona metropolitana de Guatemala.*

permite el aumento de la superficie de recarga alta y muy alta, sí contribuye a mantener las proporciones de áreas de recarga media a los niveles actuales.⁵²

1.12.2. Priorización de las zonas de reforestación

La zona metropolitana de la ciudad de Guatemala está compuesta por Guatemala, santa Catarina Pinula, san José Pinula, Chinautla, Mixco, san Pedro Sacatepéquez, san Juan Sacatepéquez, Fraijanes, Amatitlán, Villa Nueva, Villa Canales, y san Miguel Petapa. Según el informe de IARNA-URL y TNC, se mencionan las zonas que son prioridad para reforestar. En la cual se resaltan las áreas en donde la reforestación incrementa la recarga, es decir, donde tendrá más eficiencia en términos de producción adicional de agua. En este análisis se muestra en dónde tendría un mejor balance costo-eficiencia los esfuerzos de reforestación.

Por lo que las áreas de reforestación que más incrementan la recarga son: noreste de las zonas 17 y 18 de Guatemala; límite entre los municipios de Mixco y Chinautla; Altos de Mixco, en los alrededores de la carrera Interamericana; límite entre los municipios de Villa Nueva y Amatitlán, en los altos de Bárcenas; algunos barrancos de la ciudad capital, principalmente en las zonas 11, 13, 15 y 16; barrancos que bajan del norte de Villa Canales, y por último, cabeceras de cuenca en el norte de municipio de Fraijanes.

Según las conclusiones este estudio, la reforestación podría ser un elemento de respuesta para frenar los efectos del cambio climático, ya que permite mantener los flujos anuales de recarga a un similar al de la situación actual. A pesar de que la reforestación es deseable no necesariamente es fácil, porque compite con otros tipos de uso de la tierra altamente lucrativos. Si a esto se suma los efectos de la expansión urbana, podría acelerar el agotamiento de los mantos freáticos^{vi} de la zona metropolitana. Asimismo, es imprescindible sensibilizar a los usuarios hacia nuevas prácticas que no generen desperdicio de agua, a través de campañas de comunicación masivas.

⁵² (IARNA-URL y TNC, 2013: 12-13, 41-47). *Bases técnicas para la gestión del agua con visión de largo plazo en la zona metropolitana de Guatemala.*

1.13. Diagnóstico de la comunicación en Corresgua

A continuación se muestran los objetivos del diagnóstico, la descripción, antecedentes históricos, misión, visión y organigrama de la Coordinadora de Reforestación y Jardinización para la Conservación del Agua (Corresgua). Asimismo, se muestra los resultados del análisis FODA y las conclusiones de lo observado durante el diagnóstico interno de la organización.

1.13.1. Objetivos del diagnóstico de comunicación

Objetivo general

Establecer si la Coordinadora de Reforestación y Jardinización para la Conservación del Agua (Corresgua), ha comunicado eficazmente la labor medioambiental que realiza.

Objetivos específicos

- a) Observar cómo fluye la información en los diferentes canales de comunicación interna y externa de Corresgua.
- b) Identificar específicamente un público externo o *target* de Corresgua para ser diagnosticado.
- c) Comprobar el grado de notoriedad y el interés que tiene el público externo sobre la labor medio ambiental que realiza Corresgua.

1.13.2. Descripción institucional

La Coordinadora de Reforestación y Jardinización para la Conservación del Agua (Corresgua), está ubicada en la 38 calle y 8va avenida, tanque el Guarda zona 8 de la ciudad de Guatemala, En este lugar comparte el espacio con otras dependencias de Empagua, como cortes y reconexiones, pozos, diseño y alcantarillado, instalaciones nuevas, topografía y la clínica médica de Empagua.

Corresgua es un área de la dirección de recursos humanos que se encarga de coordinar proyectos de reforestación en el área urbana de la ciudad de Guatemala. Asimismo, se encarga de jardinizar algunas dependencias de Empagua y colaborar con el tema de la concientización para la conservación del agua.

Corresgua cuenta con una oficina para atención al público, una bodega y un banco de semillas y plantas en la zona 8, Asimismo, cuenta con un vivero en el Molino de la Flores en el cual tiene en existencia con una gran cantidad de árboles y plantas de diferentes especies.

1.13.3. Antecedentes históricos

La Coordinadora de Reforestación y Jardinización para la Conservación del Agua (Corresgua), Inició el programa de reforestación en mayo de 2013, con el objetivo de crear nuevos cinturones de creación de agua y educación ambiental, contando con el apoyo del Lic. Freddy Orlando Pineda Maldonado, Director Administrativo y, de la Licda. Matilde Ernestina Pinto Machón, directora de recursos humanos por parte de la Empresa Municipal de Agua de la Ciudad de Guatemala (Empagua), por lo que quedó nombrado el señor Marvin Escobar Mansilla como Coordinador General de este proyecto.⁵³

Desde su inicio, Corresgua se propuso realizar un programa de reforestación el cual busca reforestar las áreas en alto riesgo de los diferentes asentamientos humanos que existen en la ciudad de Guatemala. Asimismo, dentro de la visión de

⁵³La información obtenida fue investigada en informes internos de la Coordinadora de Reforestación y Jardinización para la Conservación del Agua (Corresgua).

este proyecto es realizar conferencias o talleres educativos en instituciones educativas sobre la importancia de los bosques para la conservación del agua.

Corresgua ha realizado varios proyectos de reforestación en los últimos dos años en los cuales destacan el proyecto de reforestación del cementerio la Verbena zona 7, en el año 2013, en el cual hubo cobertura del medio de comunicación Nuestro Diario. También, se contó con el apoyo del voluntariado de la Universidad de San Carlos de Guatemala (Volusac) y la colaboración de varios centros educativos públicos y privados. Sin embargo, no ha vuelto a tener una cobertura similar en las actividades posteriores.

Otra de las actividades que ha realizado Corresgua es proporcionar toneles plásticos para separar los desechos reciclables como papel y plástico. Los toneles son colocados en algunas dependencias de Empagua, posteriormente los desechos reciclados son donados, por ejemplo, el papel que se recicla es donado a la fundación Castillo Córdoba; las botellas y embaces plásticos reciclados son utilizados para el sistema de irrigación o evo-transpiración,^{vii} este sistema tiene la característica de ahorrar agua para regar los árboles y plantas durante el verano.

La Coordinadora de Reforestación y Jardinización para la Conservación del Agua (Corresgua), inició con el proyecto de reforestación en el asentamiento 15 de Enero zona 1, en el cual plantó 100 árboles frutales; asentamiento Jireh zona 1 con 150 árboles frutales y bambú en zona de derrumbes. También ha hecho similares trabajos en los asentamientos como el Amanecer zona 7, asentamiento 21 de Noviembre zona 7, asentamiento las Torres zona 7, aunque hay que destacar que en este último, los vecinos los destruyeron en su totalidad para construir viviendas en ese terreno.⁵⁴

Corresgua también ha atendido solicitudes de instituciones privadas y públicas como acilo de ancianos “Mi dulce refugio”, campamento Intino, centro recreativo la Aurora, san Pedro Sacatepéquez, Canalitos, relleno sanitario zona 3, asociación de vecinos Asobran, Altos de Bárcenas, Nimajuyú, Laguna de Palencia, centro recreativo de Empagua zona 10, Ciudad Nueva, Altos de la Atlántida, cementerio

⁵⁴La información obtenida fue investigada en informes internos de la Coordinadora de Reforestación y Jardinización para la Conservación del Agua (Corresgua).

General zona 3, colonia Bran Zona 3, plaza Florida zona 19, jardines de la Asunción Arco 3 zona 5, entre otras.

Asimismo, Corresgua logró la autorización de un terreno en el Molino de la Flores zona 2 de Mixco, para la existencia de su propio vivero en el cual ha tenido la oportunidad de mantener gran cantidad de plantas y árboles de diferentes especies. Además, la dirección de recursos humanos implementó la guardianía las 24 horas para la protección del vivero.

Actualmente el vivero cuenta con la cantidad aproximada de 90 mil plantas de diferentes especies, la cual sigue en aumento, y han donado más de mil trecientas plantas a diferentes lugares en donde las han solicitado. También, se ha realizado trabajos de zanqueo para la instalación de tubería para riego en los lugares en donde se ha reforestado.

El proyecto más reciente de Corresgua se está realizando actualmente en las instalaciones del IGSS de Pamplona, en la cual se han sembrado varios árboles y se está implementando la creación de aboneras^{viii} para restaurar el suelo infértil, para posteriormente continuar sembrando árboles que no consuman mucha agua durante su crecimiento.

Corresgua ha recibido donaciones de árboles y plantas de diferentes especies por parte de otras instituciones como el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales; También, ha recibido donaciones de costales y toneles plásticos por parte de la organización sindical de Empagua.⁵⁵

Asimismo, ha contado con el apoyo de Bomberos Municipales, quienes han colaborado con el personal de CORRESGUA con el curso de precaución y manejo de serpientes; ha coordinado conferencias y capacitaciones para el personal de Corresgua en conjunto con el voluntariado de la Universidad de San Carlos de Guatemala, (Volusac).

⁵⁵ La información obtenida fue investigada en informes internos de la Coordinadora de Reforestación y Jardinería para la Conservación del Agua (Corresgua).

También, ha tenido acercamiento con Fundaeco y la División de Protección a la Naturaleza (Diprona) para solicitar la protección de lugares forestales, ya que en algunos lugares en donde se ha reforestado han arrancado los árboles y plantas.

1.13.4. Misión institucional

“Somos la Empresa Municipal de Agua de la Ciudad de Guatemala que se dedica a la administración integrada del agua y alcantarillado, basada en el compromiso de satisfacer las necesidades de nuestros clientes.”⁵⁶

1.13.5. Visión institucional

“Que cualquier persona, pueda adquirir cualquier cantidad de agua potable, en cualquier parte de la ciudad, en cualquier momento.”

1.13.6. Objetivos institucionales

Corto plazo

- a) Mantener una red de distribución de agua moderna, eficiente y adecuada a las necesidades de la ciudad.
- b) Ampliar la cobertura del servicio de agua potable.
- c) Dar mantenimiento y ampliar la infraestructura de drenajes de la ciudad.

Mediano plazo

- a) Contribuir a la conservación del ambiente, con la aplicación de la normativa y el fortalecimiento de una cultura de responsabilidad ambiental.
- b) El manejo adecuado de los desechos sólidos.
- c) La conservación de los recursos naturales.

⁵⁶ *Muniguate. (s.f.). Recuperado el 05 de 05 de 2015, de [http://udicat.muniguate.com/laip/index.php?action=ajax&rs=importFile&rsargs\[\]=EMPAGUADIRFIN%20P05%20POA%202015.pdf](http://udicat.muniguate.com/laip/index.php?action=ajax&rs=importFile&rsargs[]=EMPAGUADIRFIN%20P05%20POA%202015.pdf).*

1.13.7. Organigrama institucional

En el organigrama institucional de la Empresa Municipal de Agua de la Ciudad de Guatemala (Empagua) es parte integral de la Municipalidad capitalina (ver anexo No.1) en el cual no se encuentra actualmente en acuerdo la Coordinadora de Reforestación para la Conservación del Agua (Corresgua)

Sin embargo, se muestra a continuación como está integrado el organigrama de Corresgua, el cual cuenta actualmente con un Coordinador, una asistente, una secretaria, dos supervisores de campo, dos encargados de bodega, un conserje, dos jardineros y seis trabajadores de campo.⁵⁷

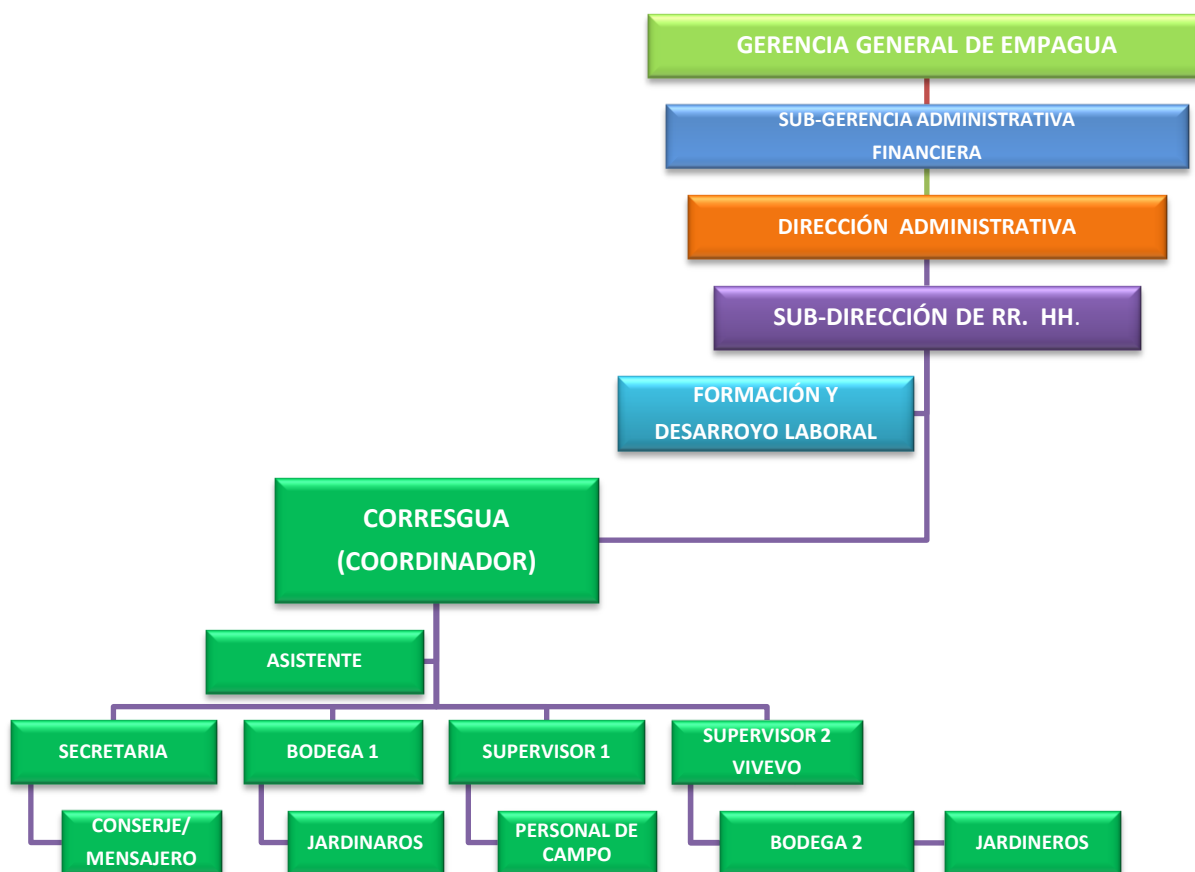


Diagrama 2: Elaboración propia

⁵⁷ Elaboración del organigrama en base a la información proporcionada por el coordinador de la Coordinadora de Reforestación y Jardinización para la Conservación del Agua (Corresgua).

1.13.8. Análisis FODA de Corresgua

Se realizó el análisis FODA de manera grupal en la Coordinadora de Reforestación y Jardinería para la Conservación del Agua, Corresgua. Durante la lluvia de ideas se contó con la colaboración del personal de Corresgua, con lo cual se determinaron factores internos y externos que intervienen en el proceso comunicativo y en la labor que realizan.

Fortalezas (factores internos)

- a) Existe mucha unión y bastante compromiso de parte del personal de Corresgua.
- b) Se cuenta con un espacio físico en la zona 8 para bodega de herramientas, banco de semillas de varias especies, oficina administrativa.
- c) Se cuenta con un vivero ubicado en el Molino de las Flores zona 2 de Mixco, con variedad de árboles y plantas de diferentes especies.
- d) Corresgua cuenta con todo el apoyo de la Dirección Administrativa y de la dirección de RR.HH.
- e) El personal ha participado en varias capacitaciones internas y externas, referentes al tema de la reforestación.
- f) Corresgua cuenta con su propio logotipo, *slogan* “plantando por más agua” y un muro de *Facebook*.

Debilidades (factores internos)

- a) El grupo considera que las herramientas, recurso humano y económico es insuficiente, debido al desarrollo que está teniendo la coordinadora.
- b) Escaso recurso hídrico para el riego de las plantas específicamente en la zona 8.
- c) Falta de información calendarizada sobre las actividades.
- d) Falta de planificación y de una agenda en las actividades.
- e) Falta de divulgación interna y externa sobre los trabajos realizados por Corresgua.
- f) No se ha aprovechado los días conmemorativos referentes a tema ambiental como día mundial del agua, día del árbol etc. para realizar actividades y dar a conocer la labor de CORRESGUA.

Oportunidades (factores externos)

- a) Apoyo de organizaciones afines e interesadas por el cuidado del medio ambiente. Como el Ministerio de Medio Ambiente, Diprona, Voluntariado de la Usac, (Volusac) Reforestando Guatemala y Centroamérica, Fundaeco ^{ix} entre otras.
- a) Existe interés por parte de varias comunidades, colonias e instituciones interesadas en reforestar, ya que actualmente se cuenta con varias solicitudes para reforestar.
- b) Se ha tenido el apoyo de instituciones educativas públicas y privadas en proyectos de reforestación.
- c) Se mantiene comunicación con las comunidades en las que se ha reforestado.
- d) El gobierno de Guatemala colabora con las políticas de protección ambiental, por intermedio del Ministerio de Medio Ambiente, el Instituto Nacional de Bosques (INAB) y el Consejo Nacional de Áreas Protegidas (Conap)
- e) Corresgua tiene el respaldo institucional de la Empresa Municipal de Agua de la Ciudad de Guatemala (Empagua).

Amenazas (factores externos)

- a) Falta de involucramiento con respecto al tema ambiental por parte de todo el personal de Empagua y la población en general de la ciudad de Guatemala.
- b) Falta de conciencia en personas externas que destruyen o arrancan los árboles plantados por Corresgua.
- c) Muchos trabajos de reforestación se hacen en zonas en donde hay mucho riesgo, por ejemplo: orillas de barrancos en donde hay desfuegos de aguas negras. Asimismo, existe el riesgo por ataque de animales como serpientes y abejas.
- d) Desconocimiento por parte de los usuarios o grupos de interés con respecto a la labor medio ambiental que realiza Corresgua.
- e) No se ha informado eficazmente sobre las actividades de reforestación que realiza Corresgua hacia su público externo.

1.14. Conclusiones de lo observado en Corresgua

Durante el proceso de diagnóstico de la comunicación en la Coordinadora de Reforestación y Jardinización para la Conservación del Agua (Corresgua), se pudo observar lo siguiente:

Observación de algunas barreras en la comunicación

Se observaron ruidos o interferencias en el correcto funcionamiento, sobre todo, de los canales de comunicación en Corresgua.

- a) Corresgua cuenta con línea telefónica, la cual es de uso exclusivo para el personal, pero únicamente para llamadas salientes, ya que por cuestiones de seguridad no son permitidas las llamadas entrantes. Por lo que, no es posible que alguna persona ajena a Corresgua se comuniquen desde afuera por este medio, únicamente pudrían comunicarse directamente al teléfono móvil del coordinador o de la secretaria.
- b) Corresgua cuenta con uso de Internet, pero este medio tiene restringidas ciertas aplicaciones.
- c) Corresgua cuenta con una “*fan page*” y muro de *Facebook*, como único medio de difusión, en el cual comparten actividades realizadas, sin embargo, no se revisa con tanta periodicidad, ya que está restringido el uso de redes sociales. Actualmente el muro de *Facebook* “Corresgua Empagua” cuenta con 417 amigos desde que se creó en el año 2013, y la *Fan Page*^x únicamente ha recibido 17 *likes*.^{xi}

Observación de los tipos de comunicación interna utilizados por Corresgua

Observación de los tipos de comunicación interna en la Coordinadora de Reforestación y Jardinización para la Conservación del Agua (Corresgua):

- a) No hay una comunicación por escrito entre supervisores y subalternos.
- b) No existe un cronograma de actividades conocido por todo el personal.
- c) Escasas reuniones entre jefes y subalternos de Corresgua.
- d) Corresgua no cuenta con una misión, visión y objetivos por escrito dentro de la oficina central. Por lo que no son conocidos por el personal.

Observación del proceso de comunicación externa de Corresgua

En cuanto al proceso de interacción con otros grupos o públicos de interés afines con Corresgua se observó lo siguiente:

- a) Han existido capacitaciones para el personal de Corresgua, en temas como el manejo del recurso forestal.
- b) Se observó la participación con otras instituciones como el Voluntariado de la Universidad de San Carlos de Guatemala (Volusac) en capacitaciones, proyectos de reforestación y otras actividades.
- c) No ha existido acercamiento con instituciones educativas y usuarios para sensibilizar y educar con respecto al tema de la conservación del agua. A pesar de que Corresgua dentro de sus planes se encuentra la realización de talleres medio ambientales en instituciones educativas.
- d) Escasa realimentación con los medios de comunicación para informar sobre las actividades y proyectos de reforestación realizados.
- e) No se ha aprovechado al máximo el recurso de la Internet como herramienta que permita una relación más segmentada y personalizada con los públicos externos.

- f) No hay una persona encargada específicamente de la comunicación interna y externa.
- g) Corresgua cuenta con un logo institucional y un slogan los cuales son utilizados en reportes internos y en la foto de perfil de *Facebook*. Asimismo, se ha utilizado algunas veces en mantas vinílicas en algunos proyectos de reforestación.
- h) Se ha pasado por alto días conmemorativos referentes al medio ambiente, específicamente los temas relacionados con el recurso forestal y el recurso hídrico como: el 22 de marzo, día mundial del agua; 22 de abril, día de la tierra; 14 de marzo, día Internacional de Acción por los ríos; 22 de mayo día del árbol etc.

CAPÍTULO II

2. Metodología y resultados del diagnóstico

En el siguiente capítulo se describe la metodología y tipo de investigación utilizado, asimismo, se muestra la presentación de los resultados finales del diagnóstico de la comunicación externa de la Coordinadora de Reforestación y Jardinización para la Conservación de Agua (Corresgua). También se describe las técnicas de recolección de datos utilizadas durante el presente estudio. Posteriormente, se muestran las gráficas con los resultados de la encuesta realizada como parte del diagnóstico externo de la organización, en el cual se tomó como población diagnosticada a la Escuela de Ciencias Comerciales No.5 ubicada en la 2ª Avenida 38-91 zona 8, ciudad de Guatemala, específicamente de 4to Perito Contador de las cuatro secciones (a, b, c, d).

2.1. Metodología

“La metodología constituye la médula del proyecto, se refiere a la descripción de las unidades de análisis o de investigación; las técnicas de observación y recolección de datos; los instrumentos, los procedimientos y las técnicas de análisis. Asimismo, el diseño metodológico, muestral y estadístico son fundamentales para el análisis de la información.”⁵⁸

Durante la elaboración del presente estudio se hizo uso del método hipotético deductivo durante el proceso de adquisición del conocimiento y durante la interpretación de los resultados.

Método deductivo. Este método parte de la ley general mediante la razón y de ella se deducen consecuencias lógicas aplicables a la realidad.

Método inductivo. Este método valora la experiencia como punto de partida para la generación del conocimiento. Parte de la observación de la realidad para mediante la generación de la observación formular la ley.

⁵⁸(Melgar, Alexander Melgar 2007:42). *Etapas a seguir en el desarrollo del proyecto de investigación y guía para la presentación del informe final del proyecto.*

Método hipotético deductivo. Este método es una combinación del método inductivo y el método deductivo. En el proceso de adquisición del conocimiento el investigador necesita ir de los datos a la teoría, como de ésta a los datos. El método hipotético deductivo es utilizado en la investigación aplicada.⁵⁹

2.2. Descripción del tipo de comunicación utilizada

Durante el diagnóstico de comunicación en la Coordinadora de Reforestación y Jardinización para la Conservación del Agua (Corresgua), se analizaron aspectos sobre la comunicación interna y externa de la organización. Sin embargo, el enfoque investigativo se hizo utilizando el modelo de comunicación externa, la cual, como se mencionó en el capítulo uno, “la comunicación externa es el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos o servicios”.⁶⁰

Asimismo, el enfoque de la investigación gira sobre un eje medioambiental, por lo que se utilizó como modelo la estrategia de comunicación externa sobre la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) definida como “la integración voluntaria por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y medio ambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores”.⁶¹ La cual, consiste en que la empresa u organización incorpore o asuma voluntariamente un compromiso más allá de sus obligaciones, como parte integral de la sociedad guatemalteca.

2.3. Tipo de investigación

Durante presente estudio sobre el diagnóstico de la comunicación externa de Corresgua, se hizo uso del tipo de investigación descriptiva por medio del estudio por encuesta.

⁵⁹(Jiménez Marqués, 2009:07-08)El principio del final. Recuperado el 25 de 02 de 2015, de <https://proyectoempresarial.files.wordpress.com/2009/10/obervacion.pdf>

⁶⁰ Rodríguez (1991:32) y Kreps (1990:21) citados por: (Castillo Esparcia , 2010:103-105) *Introducción a las relaciones públicas.*

⁶¹(Domínguez Martín & Fernández Martínez , 2011:9, 15-16). *Responsabilidad Social Corporativa.*

La investigación descriptiva por medio de estudios por encuesta se lleva a cabo cuando se desea encontrar solución sobre los problemas que surgen, por ejemplo, en organizaciones educativas, para lo cual, los datos pueden extraerse a partir de toda la población o de una muestra cuidadosamente seleccionada. Su objetivo no solamente es determinar el estado de los fenómenos o problemas analizados, sino también comparar la situación existente.

En los estudios por encuesta, los datos descriptivos se expresan en términos cualitativos y cuantitativos, por lo que se puede utilizar uno de ellos o ambos a la vez.⁶²

Los datos cualitativos (mediante símbolos verbales), se usan en estudios cuyo objetivo es examinar la naturaleza general de los fenómenos. Por otro lado, los datos cuantitativos (por medio de símbolos matemáticos) son los símbolos numéricos los que se utilizan para la exposición de los datos que provienen de un cálculo o medición.

Por lo que en el presente estudio se hizo uso de los datos cualitativos para la elaboración de las técnicas de recolección de datos, que se describen a continuación.

2.4. Técnicas de recolección de datos

Durante el diagnóstico de la comunicación realizado en la Coordinadora de Reforestación y Jardinización para la conservación del Agua (Corresgua), se utilizaron las siguientes técnicas de investigación: La observación, la entrevista y la encuesta.

2.4.1. Observación utilizada

El método utilizado fue el método inductivo, según Jiménez Marqués,⁶³ tomando en cuenta que es el que valora la experiencia como punto de partida para generar el conocimiento mediante la observación y de ahí se formula la ley. Por lo que en

⁶² Tipos de investigación... (Noemagico) (s.f.). Recuperado el 07 de 09 de 2015, de <http://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigacion-descriptiva.php>

⁶³ (Jiménez Marqués, 2009:7-15) *El principio del final*. Recuperado el 25 de 02 de 2015, de <https://proyectoempresarial.files.wordpress.com/2009/10/observacion.pdf>

base a la experiencia adquirida durante la observación de hechos particulares, se diagnosticó la situación actual para posteriormente ser contrastada por otras técnicas de recolección de datos, como la entrevista y la encuesta.

Asimismo, durante el diagnóstico de la comunicación se hizo uso de los tipos de observación natural y participante, como se mencionó en el capítulo I, la primera es cuando el observador es un espectador de la situación, sin intervenir de modo alguno en los acontecimientos, y la segunda es cuando el observador forma parte de la propia situación que se está observando. También, durante el proceso de diagnóstico se utilizó el tipo de observación directa, ya que se contempló directamente el comportamiento del observado.

2.4.2. La entrevista

Para Tecla J. & Garza, la entrevista es una de las técnicas más comunes en las ciencias sociales, la cual puede ser individual o colectiva. Por la forma en que está estructurada puede clasificarse como libre o dirigida.⁶⁴

Se realizaron dos entrevistas durante el diagnóstico de la comunicación en la Coordinadora de Reforestación y Jardinería para la Conservación del Agua, (Corresgua) dirigidas hacia el coordinador y a su asistente del coordinador.⁶⁵ Las cuales sirvieron para ampliar aún más el contenido de la investigación, con el objetivo de conocer cómo funciona internamente la comunicación en Corresgua, para posteriormente realizar un diagnóstico de la comunicación externa, para determinar la situación actual de la organización.

2.4.3. La encuesta

Continuando con Tecla J. & Garza, la encuesta es una técnica de recolección de datos, la cual es muy eficaz en la observación científica después que se ha tenido un contacto directo con la realidad que se estudia y se conocen sus aspectos más importantes, por medio de la encuesta se puede contrastar datos hipotéticos.

⁶⁴ (Tecla J. & Garza R., (s.f.):46-49) *Teoría, métodos y técnicas en la investigación social.*

⁶⁵ (Ver anexo No.2) cuestionario de la entrevista realizado a los directivos de Corresgua.

Por lo que, se realizó una encuesta con el objetivo de determinar si la población diagnosticada conoce la labor medioambiental que realiza Corresgua, también, determinar el grado de conciencia ambiental dentro del grupo encuestado e identificar líneas de acción que lleven a desarrollar propuestas para la realización de una estrategia de comunicación que coadyuve a mejorar la situación actual.

2.4.4. Instrumentos utilizados

- a) Para la observación se utilizó un cuaderno de notas e informes realizados por la organización; una cámara fotográfica digital y una computadora portátil (*laptop*) para documentar la información observada.
- b) Durante la entrevista se hizo uso de instrumentos electrónicos como grabadora de ondas sonoras (grabadora del teléfono celular Nokia) con la cual se grabaron las entrevistas realizadas (con el consentimiento de los entrevistados).
- c) Para la encuesta se hizo uso del cuestionario como instrumento para obtener los datos estadísticos.⁶⁶

2.5. Población diagnosticada

En el presente estudio se abarcó a la población completa para la realización del diagnóstico externo y tomando en cuenta que las instituciones educativas son una parte del público externo de la Coordinadora de Reforestación y Jardinería para la Conservación del Agua (Corresgua).

Por lo que se tomó como población total, la cantidad de ciento treinta y ocho (138) alumnos de 4to Perito Contador de las cuatro secciones (a, b, c, d) de la Escuela Nacional de Ciencias Comerciales No. 5, ubicada en la 2ª Avenida 38-91 zona 8, Ciudad Guatemala. Cabe destacar que la población diagnosticada está conformado por Jóvenes y señoritas comprendidos entre los 15 y 18 años de edad.

⁶⁶ (Ver anexo No. 3) diseño del cuestionario que se pasó a los alumnos de la Escuela Nacional de Ciencias Comerciales No.5, de cuarto perito contado.

2.6. Cronograma de actividades del EPS

ACTIVIDAD	Meses del año 2015 divididos en semanas											
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sep.	Oct.		
Propedéutico e Inscripción con Matrícula consolidada												
Tramites para realización de EPS												
Etapa de observación en Corresgua												
Analisis FODA en Corresgua												
Realización y revision de informe de EPS												
Asesorías por parte de Licda. Evelin Morazán												
Entrega de informe de EPS (Cuatro etapas)												
Realización, ejecución y tabulación de encuesta.												
Participación en proyecto de reforestación por Día del medio ambiente.												
Supervisión de Epesista por parte de Licda. Evelin Morazán												
Participación en conmemorando el día mundial de la lucha contra la desertificación y la sequía.												
Exposición de propuesta de comunicación de EPS en oficinas centrales de Empagua.												
Ejecución de proyecto de comunicación de la Corresgua												
Examen privado de licenciatura y entrega final del proyecto de EPS												

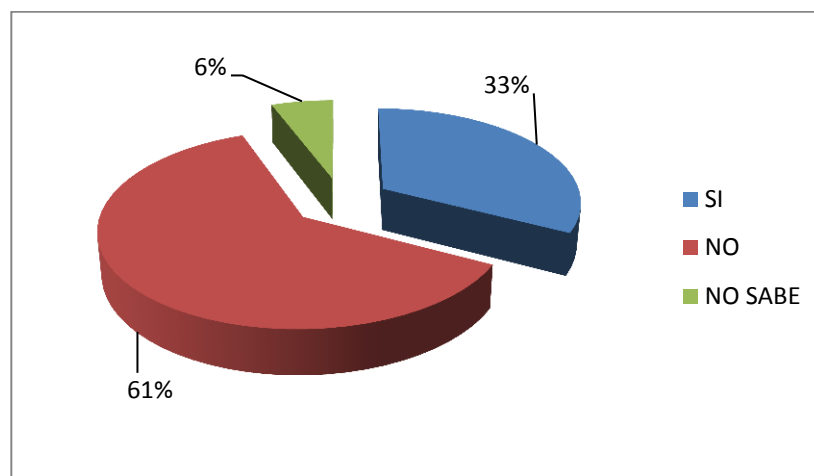
Tabla 1: Elaboración propia

2.7. Presentación de resultados de la encuesta

A continuación se muestran los resultados de la encuesta realizada a los alumnos de 4to Perito Contador de las cuatro secciones (a, b, c, d) de la Escuela Nacional de Ciencias Comerciales No. 5. Conformado por jóvenes y señoritas comprendidos entre los 15 a 18 años de edad (ver anexo No. 3)

a) Gráfica No.1:

¿Has escuchado hablar sobre la Coordinadora de Reforestación y Jardinería para la Conservación del Agua de Empagua (Corresgua) y sobre la labor que realiza?



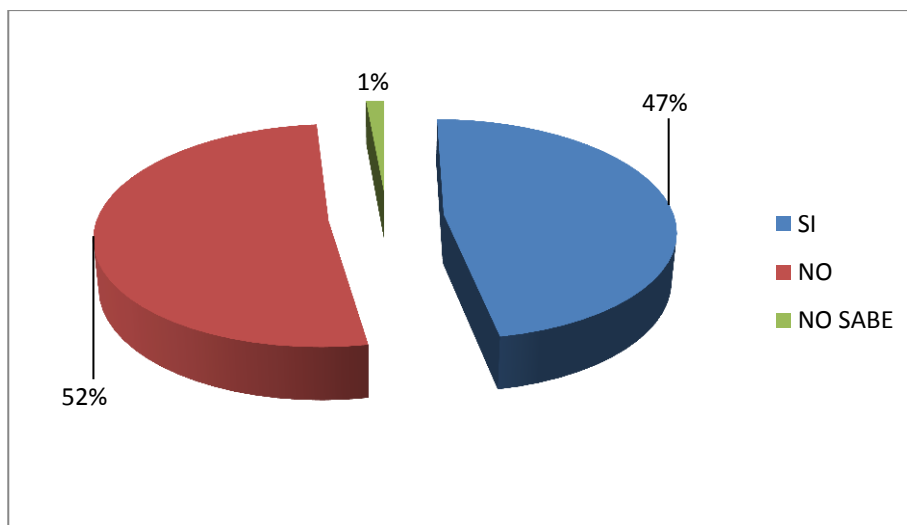
Fuente: Elaboración propia

RESPUESTA	PORCENTAJES	CANTIDAD DE ENCUESTADOS
SI	33%	45
NO	61%	85
NO SABE	6%	8
TOTAL	100%	138

Interpretación de los resultados de la pregunta No.1. Del total de encuestados el 33% (45) dijo que SI, el 61% (85/138) dijo que NO y el 6% (8/138) dijo que NO SABE. Se pudo constatar que la mayoría de encuestados, el 61% no conoce quien es la Coordinadora de Reforestación y Jardinería para la Conservación del Agua, Corresgua, ni sobre la labor medio ambiental que realiza.

b) Gráfica No.2:

¿Has visto el siguiente logotipo en algún medio de comunicación, por ejemplo en *Facebook*? (se te mostró el logo de Corresgua de forma impresa)



Fuente: Elaboración propia

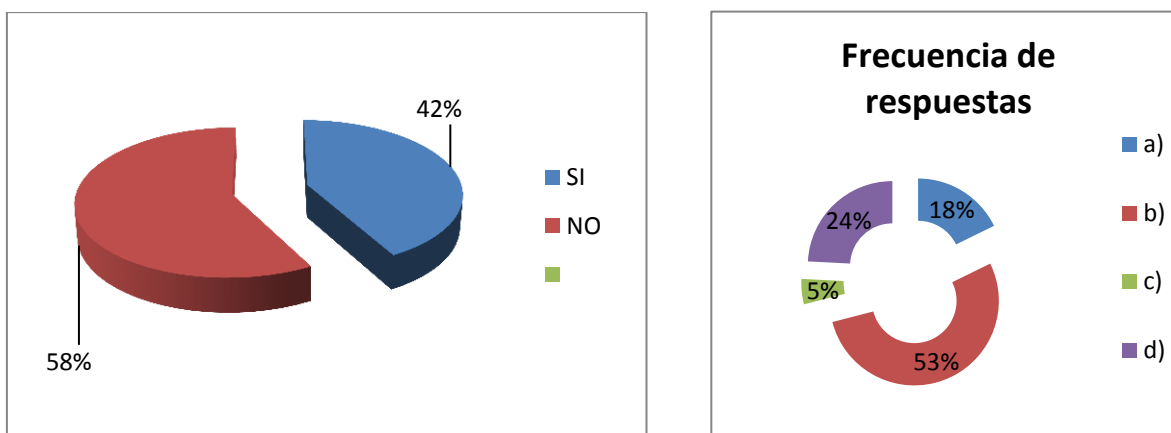
RESPUESTA	PORCENTAJES	CANTIDAD DE ENCUESTADOS
SI	47%	65
NO	52%	71
NO SABE	1%	2
TOTAL	100%	138

Interpretación de los resultados de la pregunta No.2

Del total de encuestados/as el 47% (65) dijo que SI, el 52% (71) dijo que NO y el 1% (2) dijo que NO SABE. La mayoría de encuestados 52% admitió que no ha visto el logotipo de la Coordinadora de Reforestación en ningún medio de comunicación como *Facebook*. De lo cual se puede deducir que tampoco se conoce el slogan "Plantando por más agua" el cual siempre acompaña al logotipo. Aunque hay que destacar que aunque, Corresgua no ha realizado ninguna actividad con esta institución, hay un gran porcentaje, 47% que dijo haber visto el logotipo, por lo que queda la posibilidad de que lo hayan confundido con algún logo de otra institución.

c) Gráfica No.3:

¿Has participado en algún proyecto de reforestación en los últimos dos años? Solo si tu respuesta es SI, menciona en dónde.



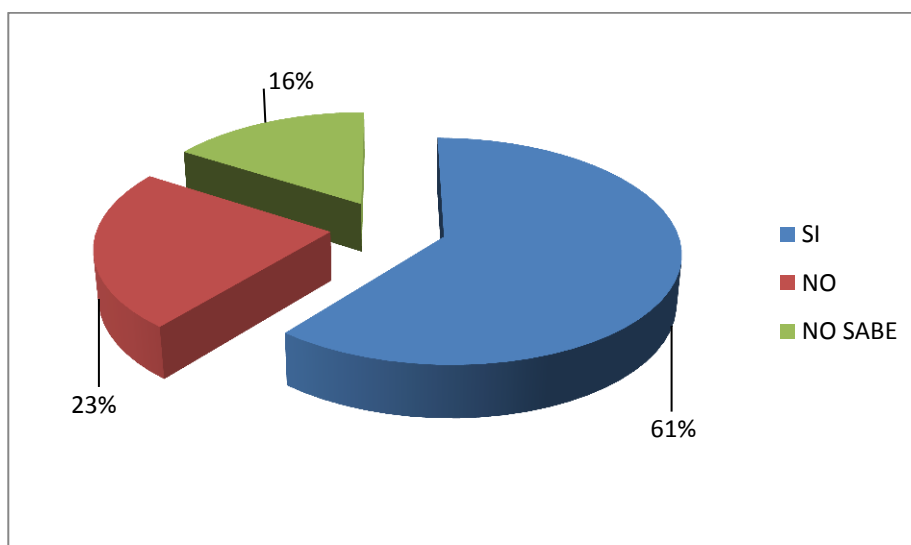
Fuente: Elaboración propia

RESPUESTA	PORCENTAJES	CANTIDAD DE ENCUESTADOS	INCISO	PORCENTAJE	FRECUENCIA DE RESPUESTA
SI	42%	58	a) En tu comunidad	18%	11
NO	58%	80	b) Actividad de la Escuela	53%	33
			c) Voluntariado	5%	3
			d) Otros...	24%	15
	100%	138		100%	

Interpretación de los resultados de la pregunta No.3. Del total de encuestados/as, el 42% (58) dijo que SI, el 58% (80) dijo que NO. Asimismo, del total de encuestados que dijo que sí, la mayoría (53%) admitió que en los proyectos de reforestación en donde ha participado, han sido en actividades de la escuela. Cabe destacar que en el inciso “d” la respuesta más frecuente fue que participaron en un proyecto de reforestación en su antigua escuela o instituto de educación básica. Por lo que se pudo comprobar que un gran número de alumnos (42%) si ha plantado un árbol durante los últimos dos años, y que en el lugar en donde más los han motivado ha sido en la escuela, ya que como voluntariado, han sido muy pocos (5%) los que lo mencionaron. Sin embargo, la mayoría 58% no han tenido la oportunidad o no han tenido el interés de participar en algún proyecto de reforestación.

d) Gráfica No.4:

¿Tu establecimiento educativo ha celebrado los días como: Día del medio ambiente, día del árbol, día mundial del agua etc.?



Fuente: Elaboración propia

RESPUESTA	PORCENTAJES	CANTIDAD DE ENCUESTADOS
SI	61%	84
NO	23%	32
NO SABE	16%	22
TOTAL	100%	138

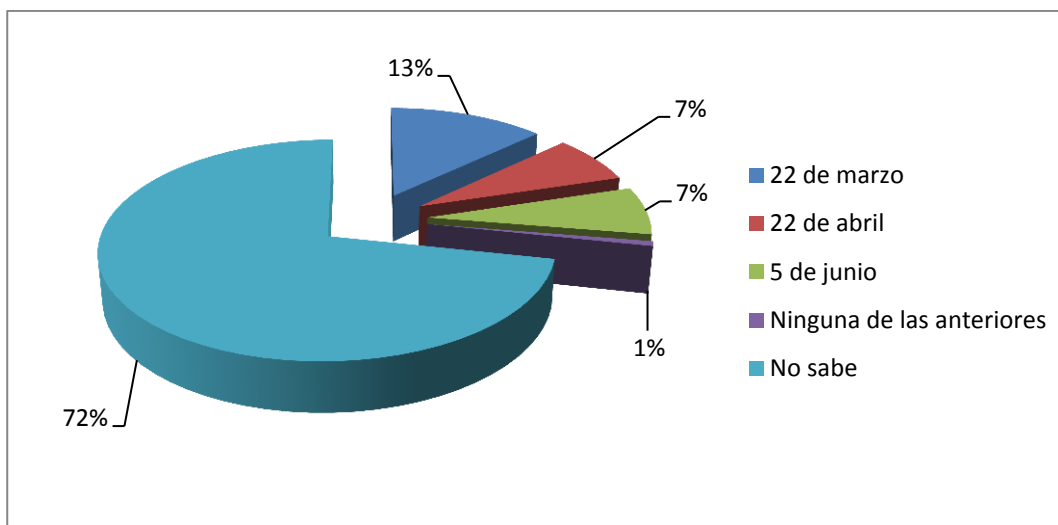
Interpretación de los resultados de la pregunta No.4.

Del total de encuestados/as el 61% (84) dijo que SI, el 23% (32) dijo que NO y el 16% (22) dijo que NO SABE.

Se pudo constatar que la mayoría de los encuestados (61%) admitieron haber celebrado algunos días conmemorativos sobre medio ambiente. Aunque un porcentaje más pequeño (23%) dijo que no, y un (16%) no han estado enterados de las actividades como día del agua, día del medio ambiente etc.

e) Gráfica No.5:

¿Sabes cuál de las siguientes fechas es el día mundial del agua?



Fuente: Elaboración propia

RESPUESTA	PORCENTAJES	CANTIDAD DE ENCUESTADOS
a) 22 de marzo	13%	18
b) 22 de abril	7%	10
c) 5 de junio	7%	10
d) Ninguna de las anteriores	1%	1
e) No sabe	72%	99
TOTAL	100%	138

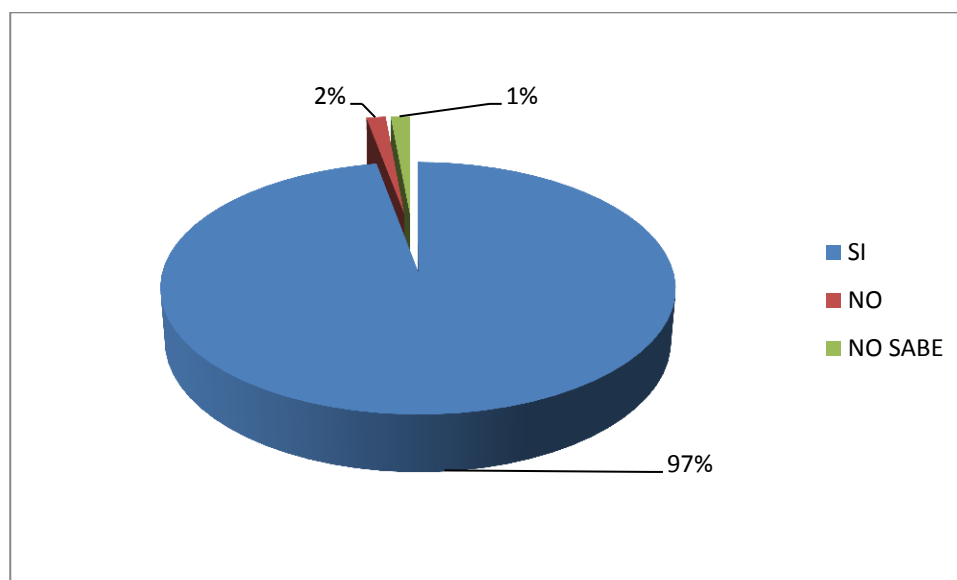
Interpretación de los resultados de la pregunta No.5

Del total de encuestados/as 13% (18) marcó el inciso “a”; 7% (10) marcó el inciso “b”; 7% (10) marcó el inciso “c”; 1% (1) marcó el inciso “d”; 72% (99) marcó el inciso “e”.

La respuesta correcta es el 22 de marzo, sin embargo, solo el 13% de los encuestados contestó correctamente y el 87% contestó de manera errónea. Por lo que constató que el 87% no conoce la fecha exacta del día mundial del agua. Asimismo, se puede deducir que el 22 de abril, día del árbol, y el 5 de junio, día del medio ambiente, tampoco son conocidos por un pequeño grupo 14% de los encuestados.

f) Gráfica No.6:

¿Crees que hace falta conciencia ambiental por parte de las personas de la zona metropolitana de Guatemala, en el cuidado del medio ambiente, la conservación del agua y protección de los árboles?



Fuente: Elaboración propia

RESPUESTA	PORCENTAJES	CANTIDAD DE ENCUESTADOS
SI	97%	134
NO	1.45%	2
NO SABE	1.45%	2
TOTAL	100%	138

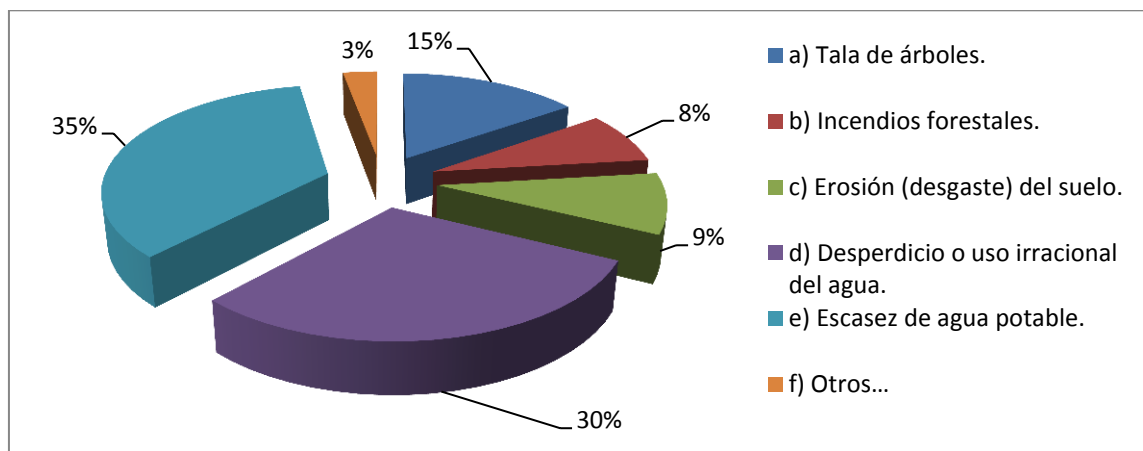
Interpretación de los resultados de la pregunta No.6

Del total de encuestados/as el 97% (134) dijo que SI, el 1.45% (2) dijo que NO y el 1.45% (2) dijo que NO SABE.

Se pudo constatar que la gran mayoría de encuestados (97%) está de acuerdo en que hace falta conciencia ambiental por parte de la población en general.

g) Gráfica No.7:

Selecciona uno o varios de los incisos siguientes, sobre problemas medio ambientales que hayas observado en tu institución educativa o cerca de tu comunidad.



Fuente: Elaboración propia

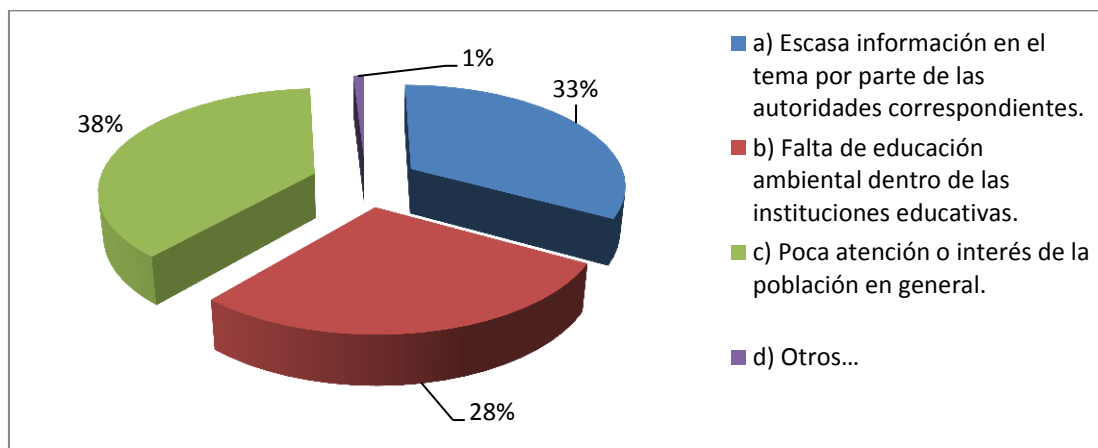
RESPUESTA	PORCENTAJES	FRECUENCIA DE RESPUESTA
a) Tala de árboles.	15%	37
b) Incendios forestales.	8%	19
c) Erosión (desgaste) del suelo.	9%	22
d) Desperdicio o uso irracional del agua.	30%	72
e) Escasez de agua potable.	35%	85
f) Otros...	3%	7
TOTAL	100%	

Interpretación de los resultados de la pregunta No.7

Del total de encuestados/as 15% marcó el inciso “a”; 8% marcó el inciso “b”; 9% marcó el inciso “c”; 30% marcó el inciso “d”; 35% marcó el inciso “e”, y 3% marcó el inciso “f”. Se puede constatar que los encuestados han estado expuestos a varios factores negativos para el medio ambiente, y dentro de los factores más relevantes se encuentran los relacionados con el agua. Según los datos de la encuesta, se evidencia la importancia que tiene para los encuestados la escasez, el desperdicio y el uso irracional del agua potable. Asimismo, la tala de árboles y la erosión del suelo.

h) Gráfica No.8:

Selecciona uno o varios de los incisos siguientes, sobre los factores que podrían estar afectando en la conservación y protección del medio ambiente.



Fuente: Elaboración propia

RESPUESTA	PORCENTAJES	FRECUENCIA DE RESPUESTA
a) Escasa información en el tema por parte de las autoridades correspondientes.	33%	70
b) Falta de educación ambiental dentro de las instituciones educativas.	28%	60
c) Poca atención o interés de la población en general.	38%	80
d) Otros...	1%	2
TOTAL	100%	

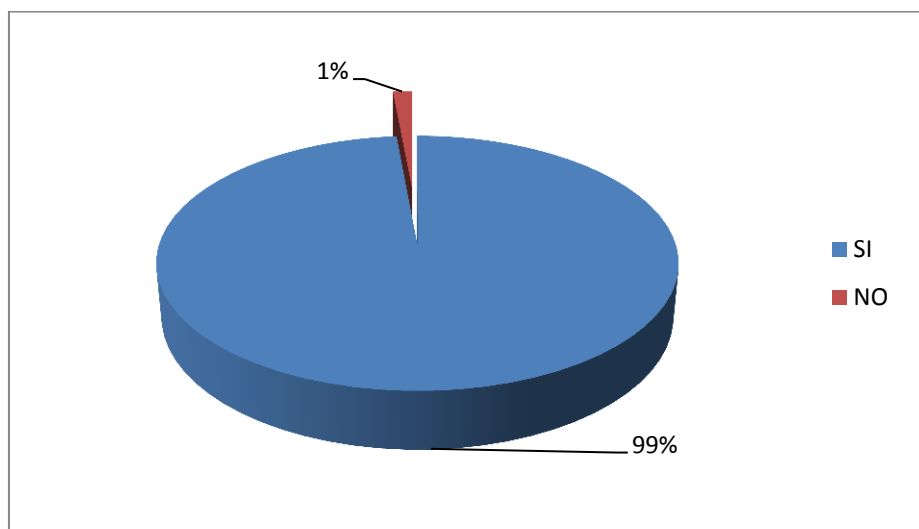
Interpretación de los resultados de la pregunta No.8

Del total de encuestados/as 33% marcó el inciso "a"; 28% marcó el inciso "b"; 38% marcó el inciso "c", y 1% marcó el inciso "d".

Según los datos obtenidos de la frecuencia de las respuestas, se puede deducir que los encuestados coinciden en que los tres factores apuntados podrían estar afectando la conservación y/o cuidado del medio ambiente. Por lo que la escasa información, falta de educación y poco interés en tema del cuidado del medio ambiente son factores que los encuestados consideran prioritarios.

i) Gráfica No.9:

¿Te gustaría plantar un árbol, como parte de algún proyecto de reforestación?



Fuente: Elaboración propia

RESPUESTA	PORCENTAJES	CANTIDAD DE ENCUESTADOS
SI	99%	136
NO	1%	2
TOTAL	100%	138

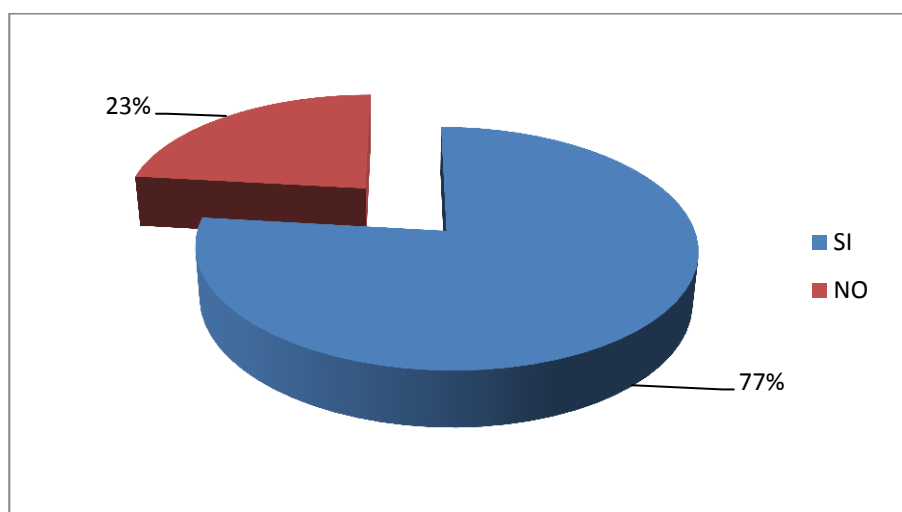
Interpretación de los resultados de la pregunta No.9

Del total de encuestados/as el 99% (136) dijo que SI, y el 1% (2) dijo que NO.

La mayoría absoluta de encuestados (99%) están de acuerdo en plantar un árbol como parte de un proyecto de reforestación. Por lo que se puede deducir que la mayoría de jóvenes están conscientes de la importancia de plantar más árboles en Guatemala.

j) Gráfica No.10:

¿Te gustaría recibir información en tu *e-mail* o redes sociales sobre cómo puedes colaborar con el cuidado del medio ambiente? Si tu respuesta es afirmativa, escribe tu e-mail y/o nombre de perfil en *Facebook* o *Twitter* en el espacio en blanco.



Fuente: Elaboración propia

RESPUESTA	PORCENTAJES	CANTIDAD DE ENCUESTADOS
SI	77%	106
NO	23%	32
TOTAL	100%	138

Interpretación de los resultados de la pregunta No.10

Del total de encuestados/as el 77% (106) dijo que SI, y el 23% (32) dijo que NO.

Según los datos obtenidos, la mayoría de encuestados (77%) está de acuerdo en recibir información por Internet, de cómo colaborar con el medio ambiente. Sin embargo, una parte del grupo encuestado (23%) no está de acuerdo en recibir información relacionada al tema. Por lo que se puede deducir que hay cierto escepticismo hacia Corresgua, sobre la labor medioambientalista que realiza.

2.8. Resultados de la entrevista

Según la encuesta realizada a dos directivos de la Coordinadora de Reforestación y Jardinería para la Conservación del Agua (Corresgua) se pudo extraer información como complemento de la observación realizada en la organización, con el fin de determinar la situación actual de Corresgua referente a la comunicación interna y externa.⁶⁷

Según lo expuesto por los directivos no ha existido ningún trabajo sobre el diagnóstico de la comunicación en Corresgua.

Expresaron que hay una misión y visión institucional como parte de Empresa Municipal de Agua (Empagua), aunque admiten que no es del todo conocida por todos los trabajadores, y que como Corresgua no cuentan con una misión y visión por escrito.

Asimismo, como parte de Empagua, no pertenecen al organigrama institucional directamente, por ser una unidad relativamente nueva dentro de la institución, pero que ya está la propuesta de ponerla en acuerdo para pertenecer directamente a gerencia o a la dirección administrativa de Empagua.

En cuanto a la comunicación interna y externa, los únicos medios de comunicación utilizados por Corresgua han sido correo electrónico y redes sociales, pero que es muy necesario concientizar y educar utilizando diferentes medios sobre la importancia del cuidado y conservación del agua.

La entrevista concluyó en que Corresgua necesita que los esfuerzos de comunicación sean enfocados hacia afuera, asimismo, que la labor de comunicación es muy importante y que se debería divulgar hacia los trabajadores y a los ciudadanía en general para hacer conciencia, educar y crear una cultura sobre el tema del medio ambiente, con énfasis en la conservación del agua.

⁶⁷ (Ver anexo No.2) cuestionario de la entrevista realizada.

2.9. Conclusiones del diagnóstico

1. No es conocida la labor medioambiental que realiza la Coordinadora de Reforestación y Jardinería para la Conservación del agua de Empagua, (Corresgua) por la mayoría de jóvenes y señoritas, alumnos de 4to Perito Contador de las cuatro secciones (A, B, C y D) de la Escuela Nacional de Ciencias Comerciales No. 5. El cual fue el grupo diagnosticado durante el presente estudio. También, según la observación de campo, se determinó que Corresgua no cuenta con señalización o prohibiciones de no cortar los árboles en los lugares en donde ha reforestado.
2. A pesar que en el presente estudio se determinó que un buen número admitió haber visto el logotipo de la Coordinadora de Reforestación y Jardinería para la Conservación del Agua (Corresgua) más de la mitad no conoce el logo ni el *slogan*^{xii}.
3. Se determinó que un gran número de los encuestados han participado en proyectos de reforestación durante los últimos dos años, y que es en las escuelas e institutos en donde más se les ha motivado a hacerlo. Sin embargo, más de la mitad de los estudiantes no han participado en actividades forestales por falta de interés o no han tenido la oportunidad.
4. Se constató que según el grupo de jóvenes diagnosticado, si se han hecho actividades referentes al medio ambiente en su establecimiento educativo, sin embargo, hay una parte del grupo que no ha estado totalmente enterado.
5. Se pudo comprobar que no es conocido el día mundial del agua (22 de marzo) por la gran mayoría del grupo diagnosticado, asimismo, fueron confundidas las fechas: 22 de abril, día del árbol, y el 5 de junio, día del medio ambiente, por lo que se puede deducir que también no son del todo conocidas.

6. Según la opinión del grupo diagnosticado, hace falta conciencia ambiental en la zona metropolitana de Guatemala referente a los temas como conservación del agua y protección de los bosques.
7. Se comprobó que el grupo diagnosticado ha observado varios problemas medio ambientales y que la mayoría mencionó temas relacionados con la escasez, desperdicio y uso irracional del agua, así como la tala de árboles y la erosión del suelo.
8. Se constató que el grupo diagnosticado, coincide en que las posibles causas en el deterioro del tema ambiental se deben a la falta de atención e interés de parte de la población en general; escasa información sobre la problemática por parte de las autoridades correspondientes y, falta de educación ambiental por parte de las instituciones educativas.
9. Se comprobó que la mayoría de jóvenes y señoritas del grupo diagnosticado están interesados en plantar un árbol como parte de algún proyecto de reforestación.
10. Se logró determinar que la mayoría de jóvenes y señoritas encuestados, están de acuerdo en recibir información en su correo electrónico o redes sociales, sobre cómo contribuir con el cuidado del medio ambiente. Prueba de ello, es que un buen porcentaje proporcionó su correo y/o nombre de perfil en redes sociales más usadas. Sin embargo se observó que la Coordinadora de Reforestación y Jardinería para la Conservación del Agua, Corresgua, no cuenta con un correo electrónico personal como organización, con el cual el público se pueda comunicar directamente. Asimismo, está restringido el uso de redes sociales.

Por tal razón, únicamente cuentan con pocos seguidores en *Facebook*, tomando en cuenta que este es el único medio externo con el que cuenta actualmente para divulgar información, también se observó que no hay ninguna persona encargada directamente de la comunicación interna y externa para realimentar las redes sociales.

2.10. Recomendaciones del diagnóstico

1. Dar a conocer por medio de una estrategia de comunicación, la labor medioambiental que realiza la Coordinadora de Reforestación y Jardinería para la Conservación del Agua (Corresgua), asimismo, es recomendable utilizar un nombre más corto para que sea recordado, y que haga alusión de que pertenece a la Empresa Municipal de Agua (Empagua).
2. Posicionar el logotipo de la Coordinadora de Reforestación para la Conservación del Agua (Corresgua) en todas las actividades y por todos los medios utilizados. También, es recomendable que siempre vaya acompañado del logotipo de Empagua y de la Municipalidad de Guatemala, ya que es más conocido por los usuarios y grupos de interés. Asimismo, conviene mejorar la calidad tipográfica, color y resolución del logotipo, pero siempre respetando el diseño de actual logotipo.
3. Motivar el interés e invitar a participar a los jóvenes y señoritas en proyectos de reforestación y actividades medio ambientales, específicamente al grupo diagnosticado.
4. Elaborar un calendario de actividades medio ambientales anualmente, de forma creativa, el cual debe ser compartido y publicado de manera impresa y digital en la institución educativa diagnosticada y de ser posible en las demás instituciones educativas con las que se pretenda realizar actividades de reforestación.
5. Realizar medios impresos y/o digitales, como afiches y *brochures*^{xiii} para reforzar el mensaje referente al día específico que se desea conmemorar. Se recomienda realizar antes y durante la celebración de los días conmemorativos referentes al medio ambiente, y que tenga cierta periodicidad durante todo el año.

6. Se recomienda realizar una campaña de concientización ambiental con énfasis en el cuidado y conservación del agua, por parte de la Coordinadora de Reforestación y Jardinería para la Conservación del Agua, (Corresgua).
7. La Coordinadora de Reforestación y Jardinería para la Conservación del Agua (Corresgua) realiza una labor medio ambiental que busca plantar por más agua, por lo que es recomendable hacer hincapié en esta labor y enviar el mensaje positivo que tiene la reforestación para evitar los problemas medio ambientales.
8. Es recomendable que la Coordinadora de Reforestación y Jardinería para la Conservación del Agua (Corresgua) inicie con las conferencias o talleres educativos con enfoque medio ambiental en las instituciones educativas como lo tiene previsto. Cumpliendo con uno de los objetivos institucionales de la Empresa Municipal de Agua (Empagua), “Contribuir a la conservación del ambiente, con la aplicación de la normativa y el fortalecimiento de una cultura de responsabilidad ambiental.”
9. Invitar a los jóvenes y señoritas de la Escuela Nacional de Ciencias Comerciales No. 5 a participar en un proyecto de reforestación, con el objetivo de involucrarlos y motivar aún más la conciencia social sobre la importancia de la reforestación, tomando en cuenta que hay muchos jóvenes que no han tenido la oportunidad de plantar un árbol.
10. Elaborar un boletín digital con información interesante referente al medio ambiente, así como informar sobre la labor realizada por la Coordinadora de Reforestación y Jardinería para la Conservación del Agua (Corresgua). Se recomienda compartir este boletín y afiches en las redes sociales y correo electrónico de la base de datos que se obtuvo en la encuesta realizada. Por lo que es necesario contar con un correo electrónico como organización, y que exista una persona responsable de la comunicación interna y externa de Corresgua.

CAPÍTULO III

3. Propuesta de comunicación

En el siguiente capítulo se desarrollará un plan de comunicación para la Coordinadora de Reforestación y Jardinización para la Conservación del Agua (Corresgua), en el cual se proponen las estrategias para ser implementadas como parte del plan de comunicación integral. Asimismo, se incluye el presupuesto y cronograma de actividades para su futura ejecución y seguimiento.

3.1. Plan de comunicación

“La planeación es un proceso de anticipar hechos y determinar estrategias con el fin de alcanzar los objetivos de la organización en el futuro”.⁶⁸

Todo plan de comunicación lleva implícito seis elementos indispensables: el primero, es a quién le vamos a comunicar; el segundo es en dónde llevará a cabo el proceso de comunicación (contexto); el tercero, planificación del tiempo por medio de calendarios y cronogramas; el cuarto, es la cobertura o grado de alcance al que se aspira; el quinto, es con qué intensidad, o sea la duración de la campaña y su continuidad; el sexto, es la frecuencia o repetición del contenido del mensaje, tomando en cuenta que en la actualidad cada vez son más bajos los niveles de atención del público.⁶⁹

Por lo que en base a los resultados obtenidos de la población diagnosticada, se propone realizar un plan de comunicación externa para la Coordinadora de Reforestación y Jardinización para la Conservación del Agua (Corresgua).

⁶⁸(Lamb, Hair, & MacDaniel, 1998:24). *Marketing (Cuarta ed.)*. Traducido al español por A. D. Quiñónez

⁶⁹(Pérez-Latre, 2000:46). *Planificación y gestión de medios publicitarios*.

3.2. Objetivos de comunicación

Objetivo general

Posicionar el nombre y labor medio ambiental que realiza la Coordinadora de Reforestación y Jardinización para la Conservación del Agua (Corresgua), en el grupo objetivo.

Objetivos específicos

- a) Captar la atención del grupo objetivo por medio de la divulgación de contenido medio ambiental de su interés.
- b) Informar al grupo objetivo sobre las actividades realizadas por Corresgua utilizando los medios adecuados y de manera periódica.
- c) Involucrar al grupo objetivo por medio de una estrategia de comunicación permanente que coadyuve con el reconocimiento de la labor de Corresgua y la concientización ambiental.

3.3. Grupo Objetivo o *Target*

Tomando en cuenta que la Coordinadora de Reforestación Para la Conservación del Agua (Corresgua), como parte de la Empresa Municipal de Agua de la Ciudad de Guatemala (Empagua), sus públicos externos son diversos, tales como: usuarios o clientes, instituciones educativas, medios de comunicación, instituciones públicas y/o privadas, organizaciones afines etc.⁷⁰ Por lo que únicamente se tomó como base un solo segmento de los diferentes públicos externos, el cual se delimitó durante la realización del diagnóstico de la comunicación para fines académicos y para un mejor control en la planificación de la comunicación, por lo que los esfuerzos de comunicación serán enfocados en una institución educativa preuniversitaria, tomando en cuenta las siguientes características:

⁷⁰(Castillo Esparcia , 2010:104-105) *Introducción a las relaciones públicas.*

a) Características demográficas

- Hombres y mujeres jóvenes comprendidas entre los 15 y 18 años de edad.
- Estudiantes de la Escuela Nacional de Ciencias Comerciales No. 5, ubicada en la 2ª Avenida 38-91 zona 8, de la Ciudad de Guatemala.

b) Características psicográficas y hábitos de medios

- Jóvenes conscientes sobre los problemas medio ambientales y con deseos de participar en proyectos para la protección del medio ambiente.
- Jóvenes con acceso a Internet por medio de un ordenador, teléfono móvil o cualquier otro dispositivo.
- Utilizan las redes sociales con mayor periodicidad para poderse informar de los acontecimientos actuales.
- Utilizan diferentes herramientas o aplicaciones en sus dispositivos móviles para comunicarse con familiares y amigos.
- Están expuestos a los mensajes masivos como canales de TV juveniles y radios de moda, así como publicidad exterior.

3.4. Mensaje corporativo

La Coordinadora de Reforestación y Jardinería para la Conservación del Agua (Corresgua), es una organización que se preocupa por el cuidado y conservación del agua en la ciudad de Guatemala.

3.5. Descripción de la propuesta de comunicación

La propuesta de comunicación externa para la Coordinadora de Reforestación y Jardinería para la Conservación del Agua (Corresgua), se llevará a cabo por medio del uso de la comunicación institucional con enfoque en la preocupación por el cuidado del medio ambiente. Tomando en cuenta los siguientes tres ejes para la compañía de comunicación:

- a) Informar sobre labor medio ambiental
- b) Motivar la participar en proyectos de reforestación
- c) Sensibilizar sobre nuevas prácticas para no desperdiciar agua.

Como parte del plan de comunicación se propone integrar varias estrategias como: publicidad, relaciones públicas, propaganda y *mailing*^{xiv} para el logro de los objetivos de comunicación, dentro de una misma propuesta de comunicación para la Coordinadora de Reforestación y Jardinización para la Conservación del Agua (Corresgua). Las cuales son: 1) Modificación de la imagen de logotipo y slogan de Corresgua; 2) Planificación de una actividad de reforestación; 3) Entrega de artículos promocionales para los participantes; 4) Calendario medio ambiental; 5) *Banner* informativo; 6) Boletín medio ambiental digital; 7) Afiches digitales; 8) *Brochures* impresos con información y propaganda con enfoque medio ambiental.

3.6. Justificación de la propuesta

Según el diagnóstico de la comunicación realizado en la Coordinadora de Reforestación y Jardinización para la Conservación del Agua (Corresgua), se logró determinar que no es totalmente conocida la labor medioambiental por parte del grupo diagnosticado, asimismo, no son conocidos el logotipo y slogan de Corresgua.

También se determinó en los resultados del estudio, que el grupo diagnosticado revela que hace falta conciencia ambiental, específicamente sobre el tema del agua, por parte de las autorizadas correspondientes.

Corresgua, como parte de la Empresa Municipal de Agua de la Ciudad de Guatemala (Empagua), la cual es responsable de la gestión del agua, es necesario que impulse campañas de comunicación para sensibilizar a la población sobre el cuidado y la conservación del agua, al mismo tiempo generar una opinión pública favorable hacia la institución como responsable por el cuidado del medio ambiente.

3.7. Estrategias para su implementación

A continuación se muestran las propuestas de comunicación que serán parte de una sola estrategia^{xv} dentro del plan de comunicación. Las cuales buscan el logro de los objetivos previstos en el grupo objetivo determinado.

3.7.1. Estrategia No.1: Cambio de imagen del logotipo y *slogan*

Con la modificación del logotipo se pretende posicionarlo en la mente del grupo objetivo y hacer alusivo el hecho de que pertenece a la Empresa Municipal de Agua de la Ciudad de Guatemala (Empagua).

Asimismo, se propone que se utilice un nombre más corto para referirse a la Coordinadora de Reforestación y Jardinización para la Conservación del Agua (Corresgua), para que sea fácil de recordar.

En cuanto al slogan de Corresgua, actualmente es “Plantando por más agua,” el cual es un mensaje impersonal, por lo que se pretende utilizar un mensaje más personalizado, que busque involucrar al grupo objetivo.

El logotipo de Corresgua se utilizará en cualquier medio impreso o medio digital de manera permanente. Así mismo, se recomienda que vaya acompañado del logotipo de la Municipalidad de Guatemala y de la Empresa Municipal de Agua (Empagua), por ser institucionales y más conocidos por el grupo objetivo

ESTRATEGIA	BOCETO PRELIMINAR	CARACTERISTICAS
<p>Estrategia No. 1 Cambio de imagen del logotipo y <i>slogan</i> de Corresgua</p>		<p>Elaboración del diseño del logotipo de Corresgua con resolución de 300pp. Formato JPEG, y PNG para ser utilizado en cualquier medio digital o impreso.</p>

Tabla 2: Elaboración propia

3.7.2. Estrategia No.2: Planificación de actividad de reforestación

Con esta actividad se pretende involucrar al grupo objetivo para que participe como voluntario en actividades de reforestación que promueva la Coordinadora de Reforestación y Jardinización para la Conservación del Agua (Corresgua). Asimismo, se intenta que el grupo objetivo recuerde la labor realizada por Corresgua.

También como parte de la *legista*, ejecución y seguimiento del proyecto de reforestación se realizarán las siguientes acciones utilizando los siguientes medios y recursos:

- a) Hacer invitación personalizadas y enviarlas por correo electrónico, de la base de datos del grupo objetivo para invitarlos a participar como voluntariado en el proyecto de reforestación. Asimismo, informar sobre el evento por medio de redes sociales para calcular la cantidad de personas que asistirán.
- b) Realizar un presupuesto para refacción de los participantes estimando la cantidad en base a las invitaciones hechas.
- c) Realizar invitación para los medios de comunicación que estén interesados en cubrir parte del evento programado.
- d) Durante el día del evento se tomará asistencia de los participantes para darle seguimiento a la estrategia de comunicación.
- e) A cada participante que haya colaborado como voluntario se le obsequiará un artículo promocional con el fin de estimular la participación y que recuerde el nombre y logotipo de la Corresgua
- f) Posterior al evento de reforestación, se elaborará una nota de prensa sobre la actividad realizada por Corresgua, la cual será enviada a los medios de comunicación que se interesen por el medio ambiente para que pueda ser divulgado o publicado de manera gratuita (*publicity*).

3.7.3. Estrategia No.3: Artículos promocionales

Con el objetivo de posicionar el nombre y labor de la Corresgua, se propone entregar un artículo promocional durante la actividad de reforestación a cada uno de los jóvenes que participen como voluntarios. A continuación se mencionan tres opciones, las cuales se pueden ser entregadas las tres o únicamente una de ellas.

- a) Playera de algodón color verde, con serigrafía color blanca.
- b) Prendedores de metal con impresión de logotipo de Corresgua en fondo verde.
- c) *Stickers* (adhesivos) tamaño 10cm X 5cm.




ESTRATEGIA	BOCETO PRELIMINAR	CARACTERISTICAS
Estrategia No.3 Artículos promocionales		Prendedores con impresión <i>full color</i> . Fondo color verde. Tamaño: 5cm de diámetro aprox.
		Playera de algodón color verde cuello redondo, con serigrafía ambos lados color blanca. Tallas (100 small y 100 large)
		Stickers adhesivos full color alta resolución Tamaño: 10cm X 5cm

Tabla 3: Elaboración propia

3.7.4. Estrategia No. 4: Calendario medio ambiental

Se propone realizar un calendario medio ambiental impreso de un tamaño aproximado de 35 cm de alto por 60cm de ancho, el cual será colocado en la Escuela de Ciencias Comerciales No. 5 en un punto estratégico, dentro del establecimiento educativo. Con este medio o soporte se pretende que el grupo objetivo tenga presente los días conmemorativos sobre el medio ambiente durante todo el año.

Asimismo, como parte de la estrategia de comunicación, Corresgua, podrá planificar actividades medio ambientales y de reforestación en base a este calendario.

ESTRATEGIA	BOCETO PRELIMINAR	CARACTERISTICAS
<p>Estrategia No.4 Un calendario medio ambiental</p>		<p>Dimensiones: 13 X 19 pulgadas. Impresión: <i>Full color</i> en Cartulina Texcote con brillo (con barniz UV). Anchura máxima 37pulgadas.</p>

Tabla 4: Elaboración propia

3.7.5. Estrategia No. 5: *Banner (Roll-up)*

Se propone realizar el diseño e impresión de un *banner (Roll up)* de 2mt de alto por 80cm de ancho con el objetivo de anunciar la actividad de reforestación que Corresgua tenga programada.

El banner llevará información específica sobre la actividad de reforestación para invitar a los alumnos a participar como voluntarios. Asimismo, incluirá el logotipo y *slogan* de Corresgua, además los logos de la Municipalidad de Guatemala y de la Empresa Municipal de Agua de la Ciudad de Guatemala (Empagua).

El *banner* será colocado una semana antes de la actividad y se retirará cuando pase la fecha de la actividad de reforestación.

Se propone que se cambien la información del *banner* y volver a usarlo cada vez que haya una actividad de reforestación para invitar a los alumnos que quieran participar como voluntarios.

ESTRATEGIA	BOCETO PRELIMINAR	CARACTERISTICAS
<p>Estrategia No. 5 Un <i>Banner</i> informativo (<i>Roll up</i>)</p>		<p><i>Banner Roll up</i> medida 2.00x080 base de metal con lona y estuche incluidos</p>

Tabla 5: Elaboración propia

3.7.6. Estrategia No. 6: Boletín medio ambiental digital

Se elaborará mensualmente un boletín digital con información sobre la labor y las actividades que realiza Corresgua, Asimismo, se publicará contenido de interés general con respecto a temas medio ambientales, específicamente una campaña permanente sobre nuevas prácticas de cómo ahorrar agua.

La publicación periódica y segmentada del boletín se realizará por medio de una estrategia de *mailing*, la cual consiste en el envío del boletín medioambiental por medio de correo electrónico, tomando en cuenta que se cuenta con una base de datos del grupo objetivo, quienes están de acuerdo en recibir información sobre temas medio ambientales.

Con la publicación del boletín se persigue generar mayor conciencia sobre el cuidado del medio ambiente en el grupo objetivo, y al mismo tiempo, generar una opinión favorable hacia la Empresa Municipal de Agua de la Ciudad de Guatemala (Empagua) a través la Coordinara de Reforestación y Jardinización para la Conservación del Agua (Corresgua).

ESTRATEGIA	BOCETO PRELIMINAR	CARACTERISTICAS
<p>Estrategia No. 6 un boletín medio ambiental cada mes, durante 12 meses.</p>		<p>Boletín tamaño media/carta para medios digitales. En formato PDF.</p>

Tabla 6: Elaboración propia

3.7.7. Estrategia No. 7: Afiches para redes sociales

Se realizará un afiche conmemorativo referente a algún tema ambiental, cada quince días durante todo un año, el cual será publicado por medio de redes sociales como *Fan Page de Facebook*. Asimismo, incluir temas referentes a la conservación y cuidado del agua potable, con el objetivo concientizar al grupo objetivo sobre temas sobre el cuidado de medio ambiente.

También, se pretende generar mayor interacción y realimentación en redes sociales, tomando en cuenta que al momento de realizar el diagnóstico de la comunicación interna se observó que la *Fan Page de Facebook* únicamente contaba únicamente con siete me gusta (*likes*).

ESTRATEGIA	BOCETO PRELIMINAR	CARACTERISTICAS
<p>Estrategia No. 7 Un afiche digital cada 15 días durante 12 meses.</p>		<p>Afiche tamaño carta para medios digitales. (<i>Facebook</i>) En formato JPEG.</p>

Tabla 7: Elaboración propia

3.7.8. Estrategia No. 8: *Brochure* impreso

Con el objetivo de sensibilizar sobre el uso racional del agua e informar sobre la labor medio ambiental que realiza Corresgua, se propone la elaboración de un *brochure* impreso. La impresión de los *brochures* se propone realizarla de manera biodegradable para que sea coherente con la campaña de comunicación, asimismo, hacer énfasis sobre el reciclaje de papel.

Los *brochures* serán entregados a cada uno de los participantes en su centro educativo una semana antes de la actividad de reforestación programada por Corresgua.

ESTRATEGIA	BOCETO PRELIMINAR	CARACTERISTICAS
<p>Estrategia No. 8 Brochure impreso (trifoliar con información medio ambiental)</p>		<p>Trifoliar Tamaño: carta Impresión: <i>Full color</i> Papel bond 80 gms (impresión biodegradable)</p>

Tabla 8: Elaboración propia

3.8. Recursos a utilizar

Recursos necesarios para la ejecución de plan de comunicación en Corresgua.

No.	RECURSO INSTITUCIONAL	RECURSO TECNOLÓGICO	RECURSO HUMANO
1	Computadora: procesador Intel Core i7, 8 GB de RAM y doble sistema de gráfica	Servicio de internet por medio de modem o banda ancha con velocidad de 1GB	Epesista de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
2	Impresora de inyección o laser. Cartuchos de tinta color y BN	Paquete de software de diseño grafico	Personal administrativo de Corresgua 1 Coordinador 1 Asistente 1 Secretaria 2 supervisores
3	Hojas de papel bond 80gm. Lapiceros.		Personal de campo de Corresgua 3 jardineros 8 Personas de campo
4	Cámara fotográfica digital		2 bodegueros 2 guardianes 1 conserje

Tabla 9: Elaboración propia

3.9. Cronograma de actividades

Propuesta de cronograma de actividades para su posible ejecución como parte del plan de comunicación para el año 2015, asimismo, su continuidad para el año 2016.

ACTIVIDAD	AÑO 2015 (semanas)					AÑO 2016 (semanas)			
	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.
Diseño de logotipo y slogan de Corresgua para su uso permanente	■	■							
Planificación de proyecto de reforestación		■	■				■	■	
Realización e impresión de artículos promocionales, calendario, Roll up, afiches, boletines etc.	■	■	■	■			■	■	■
Ejecución del proyecto de reforestación			■					■	
Publicación de Roll up y Calendario ambiental en institución educativa.		■	■				■	■	■
Entrega de aticulos promocionales a participantes			■					■	
Divulgación del boletín digital informativo		■		■		■		■	
Divulgación de afiches conmemorativos e informativos		■		■		■		■	

Tabla 10: Elaboración propia

3.10. Presupuesto para ejecución del plan de comunicación

ESTRATEGIA	CARACTERISTICAS	CANT.	COSTO POR UNIDAD	TOTALES
No. 1: "Cambio de imagen del logotipo y <i>slogan</i> de Corresgua"	Diseño de Lotipo con resolución de 300pp. Formato JPEG, y PNG para ser utilizado en cualquier medio digital o impreso.		Q. 450.00	Q. 450.00
No. 2: "Planificación de actividad de reforestación"	Refacción para cien personas (1 galleta + jugo tetrapac)		Q. 4.00	Q. 400.00
	Gastos administrativos y artes graficos varios.		Q. 500.00	Q. 500.00
No.3: "Artículos promocionales"	Playera de algodón color verde cuello redondo, con serigrafía ambos lados color blanca. Tallas (100 small y 100 large)	100	Q. 28.00	Q. 2,800.00
	Stickers adhesivos full color alta resolución Tamaño: 10cm X 5cm	100	Q. 1.19	Q. 119.00
	Prendedores con impresión Full color	100	Q. 3.50	Q. 350.00
No.4: "Calendario medio ambiental"	19' alto, por 37'ancho. <i>Full Color</i> . Cartulina texcote con brillo. (barniz UV)	1	Q. 35.00	Q. 35.00
No.5: " <i>Banner</i> , Roll-up"	<i>Banner Roll up</i> medida 2.00x080 base de metal con lona y estuche incluidos.	1	Q. 275.00	Q. 275.00
No. 6: "boletín medio ambiental digital"	Elaboración de Boletín digital tamaño media/carta en formato PDF interactivo.	2	Q. 100.00	Q. 200.00
No.7: "Afiches para redes sociales"	Diseño de afiche tamaño carta para medios digitales. En formato JPEG.	2	Q.50.00	Q. 100.00
No. 8: " <i>Brochure</i> impreso"	Trifoliar Tamaño: carta Impresión: <i>Full color</i> Papel bond 80 gms (impresión biodegradable)	200	Q. 4.50	Q. 900.00
TOTAL				Q. 6,129.00

Tabla 11: Elaboración propia

CAPÍTULO IV

4. Control y seguimiento

En el siguiente capítulo se hace una descripción, únicamente, de las estrategias de comunicación que se ejecutaron como parte del plan de comunicación de la Coordinadora de Reforestación y Jardinería para la Conservación del Agua (Corresgua).

4.1. Ejecución de las estrategias propuestas

A continuación se describen las estrategias de comunicación que fueron ejecutadas en base al cronograma de actividades y a las especificaciones detalladas en el capítulo anterior.⁷¹

a) Cambio de imagen del logotipo y *slogan* de Corresgua

Se modificó el logotipo de Corresgua, mejorando aspectos como la calidad tipográfica, color y resolución del logotipo actual. Se utilizó un nombre más corto el cual es: “Coordinadora de Reforestación de Empagua, (Corresgua), en el logotipo actual. También se utilizó el *slogan* “Plantemos por más agua” con lo cual se busca que sea más fácil de recordar y lograr posicionarlo en la mente del grupo objetivo (ver anexo No.5).

b) Planificación de actividad de Reforestación

Se realizó una actividad de reforestación y jardinería en un área de las instalaciones de Instituto Guatemalteco de Seguridad Social (IGSS) de Pamplona zona 13 de la ciudad de Guatemala, conmemorando el “día mundial para la conservación de la capa de ozono”, en la cual estuvieron presentes como voluntarios, los jóvenes y señoritas de cuarto perito contador de la Escuela de Ciencias Comerciales No.5, como parte del seguimiento del diagnóstico de la

⁷¹ En los anexos se encuentra los artes finales ejecutados durante el proyecto del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS).

comunicación externa en la cual se determinó a este segmento como grupo objetivo.

Se realizó la planificación y logística de la actividad de reforestación, para controlar el proceso antes, durante y después del evento. Por lo que se realizaron las siguientes actividades: (ver anexo No.6).⁷²

- Realización de invitaciones personalizadas (digitales) para los participantes;
- Realización y ejecución de hoja de asistencia para el control de los participantes el día del evento;
- Realización de material divulgativo previo a la actividad de reforestación
- Toma de fotografías de la actividad de reforestación

c) Calendario medio ambiental

Se realizó un calendario medio ambiental el cual fue colocado en la cartelera de la Escuela de Ciencias Comerciales No.5. El cual, como se propuso, contiene los días conmemorativos al medio ambiente de todo el año (ver anexo No.7)

d) *Banner (Roll up)*

Se realizó un *banner (Roll up)* el cual fue colocado en la entrada de las instalaciones de la Escuela de Ciencias Comerciales No. 5, en el cual se anunció y se invitó a participar como voluntariado en la actividad de reforestación realizada por la Coordinadora de Reforestación y Jardinización para la Conservación del Agua (Corresgua) en las instalaciones del IGSS de Pamplona (ver anexo No.8).

⁷² En los anexos se encuentra los artes finales ejecutados durante el proyecto del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS).

e) Boletín medio ambiental

Se realizó un boletín medio ambiental digital en el cual se divulgó por medio de correo electrónico al grupo objetivo, quienes voluntariamente proporcionaron su correo para el envío de información referente al medio ambiente (ver anexo No.9).

f) Afiches para redes sociales

Se realizó un afiche conmemorativo al “día mundial para la conservación de la capa de ozono, (16 de septiembre) el cual se divulgó por medio de las redes sociales, específicamente en *Facebook*. Asimismo, se ha dado seguimiento a *la Fane Page de Facebook* de Corresgua, la cual únicamente tenía 7 *likes*, por lo que se ha motivado más la interacción en esta red social y se ha aumentado significativamente la cantidad de *likes* (ver anexo No.10).⁷³

⁷³ En los anexos se encuentra los artes finales ejecutados durante el proyecto del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS).

Conclusiones

1. Se pudo determinar que es más fácil la recordación del nombre de la organización si éste es más corto. Asimismo, al hacer alusivo que es parte de la Empresa Municipal de Agua de la Ciudad de Guatemala (Empagua) garantiza una mayor recordación por el renombre que tiene esta empresa
2. Se pudo constatar que una nueva imagen del logotipo y *slogan* de Corresgua, genera mayor impacto, y por lo tanto, mayor recordación del nombre de la organización y la labor que realiza.
3. Se determinó que una planificación es importante y necesaria para llevar un control antes, durante y después de la actividad programada, para mejorar el seguimiento de futuros proyectos de reforestación con los cuales se puede contar con la participación de jóvenes voluntarios.
4. Se comprobó que el calendario ambiental colabora con la recordación de los días conmemorativos sobre medio ambiente durante todo el año.
5. Se corroboró que al estar segmentado un grupo es más fácil llevar el mensaje y que un medio como el banner dentro de la institución educativa para anunciar las actividades de reforestación es un medio eficaz.
6. Se pudo comprobar que los jóvenes que participan como voluntarios en la actividad de reforestación se involucraron aún más con la experiencia de plantar un árbol.
7. Se constató que el boletín medioambiental digital es un medio en el cual el grupo objetivo se informa con mayor detalle sobre la labor que realiza Corresgua y, al mismo tiempo, coadyuva a promover el cuidado del medio ambiente.

Recomendaciones para la institución

1. Que se utilice el nuevo logotipo y slogan en los diferentes medios internos y externos de la organización. Asimismo, utilizar el nombre más corto: “Coordinadora de Reforestación de Empagua (Corresgua)”
2. Utilizar por todos los medios posibles el logotipo y slogan de Corresgua. Así como buscar patrocinio para poder hacer uso de los artículos promocionales para mejorar el posicionamiento.
3. Que haya una persona encargada de la comunicación interna y externa de Corresgua con el objetivo de llevar a cabo un adecuado plan de comunicación de manera permanente.
4. Hacer uso del calendario ambiental impreso y digital con los grupos internos y externos de la Empresa Municipal de Agua de la Ciudad de Guatemala, (Empagua), para promover la cultura de la importancia del cuidado del medio ambiente.
5. Utilizar el banner como medio de divulgación de las actividades, en los establecimientos educativos y también, dentro de Empagua, específicamente en la Unidad de Atención al Público, en la cual llegan diferentes tipos de usuarios, a quienes se puede informar sobre la labor medio ambiental que realiza a través de la Coordinadora de Reforestación.
6. Promover las actividades como voluntariado a más instituciones educativas, utilizando la estrategia planteada en este proyecto de comunicación como modelo para la programación y ejecución.
7. Divulgación del boletín medioambiental digital como un medio interno y externo, el cual pueda ser compartido por correo electrónico a los trabajadores de Empagua.

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

1. Actualizar los libros de la biblioteca Flavio Herrera de Bienestar Estudiantil, ya que no se cuenta con bibliografías renovadas sobre temas de importancia para el profesional de la comunicación.
2. Proporcionar una computadora para hacer consultas en la biblioteca Flavio Herrera de Bienestar Estudiantil.
3. Agilizar los procesos administrativos, sobre todo, en control académico.
4. Fomentar la comunicación ambiental en los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, por medio de talleres y/o actividades que motiven la participación y aplicación de sus conocimientos en este tema.

Anexo No.2: Entrevista realizada a representantes de la Coordinadora de Reforestación y Jardinización para la Conservación del Agua (Corresgua)

Entrevista realizada a: Marvin Escobar, coordinador de la Coordinadora de Reforestación de Empagua. (Corresgua)	Entrevista Realizada a: María Pedro Asistente de la Coordinadora de Reforestación (Corresgua)
---	--

¿Ha existido algún trabajo de EPS sobre comunicación dentro de la Empresa Municipal de Agua de la Ciudad de Guatemala, que usted conozca?

No, hasta el momento, que yo conozca no ha existido un tema de EPS sobre este tema.	No.
---	-----

¿Cuál es la misión, visión etc. de la Empresa Municipal de Agua? ¿De ser posible, podría proporcionarla por escrito, para agregarlas al informe de EPS?

Nuestra misión en Empagua es “En cualquier momento y en cualquier lugar, cualquier persona puede optar a tener agua potable.”	Se ha tenido la oportunidad de conocerla en una capacitación, pero no se tiene rotulada la misión y visión dentro de la Coordinadora (Corresgua) algo que es importante poderlas tener impresas.
---	--

¿Cree usted que es conocida la misión y visión por parte de todo el personal de Empagua?

No, todavía no	Se nos dio a conocer solo en una charla o capacitación. Pero no contamos con ellas físicamente.
----------------	---

Cuéntenos un poco sobre cómo surge la idea de crear una coordinadora de reforestación dentro de Empagua.

<p>“Surge por la inquietud de que nuestro mayor recurso es el agua. Empagua estuvo invirtiendo en tecnología, en maquinaria, en personal..., pero en su recurso (agua) no había invertido, hasta hoy.”</p> <p>También mencionó que uno de los objetivos fue el crear conciencia en la población sobre el vital líquido.</p>	<p>Se creó aproximadamente como dos años y dos meses. A través sobre una plática con el Coordinador, Marvin Escobar con la dirección administrativa. A partir de allí se empezaron a conseguir donaciones de plantas y árboles, y se empezó a caminar la Coordinadora de Reforestación.</p>
---	---

Toda organización pública o privada posee un organigrama institucional, el cual representa las relaciones que hay entre las unidades y constituye los grados de responsabilidad y autoridad. Como parte del diagnóstico de comunicación se hace necesario determinar dónde se encuentra la coordinadora de reforestación dentro de la institución, por lo que ¿sería posible que nos proporcionara el organigrama institucional de Empagua?

<p>“Actualmente, nosotros no contamos como un acuerdo dentro de la empresa, porque somos una unidad relativamente nueva en comparación con otras unidades.” Pero ya está la propuesta de poner en acuerdo para pertenecer directamente a gerencia o a la dirección administrativa. Todo depende de que esta Coordinadora funcione, pero se ha dado muestras de que si va caminando, hemos dado demostraciones de que si caminamos hacia un buen futuro, con muchas instituciones que ya nos hemos asociado como Fundaeco, Reforestando Guatemala, Movimiento ATSU, Voluntariado de la San Carlos. Así como otras instituciones.</p>	<p>En este caso tendría que solicitarlo en la Dirección de recursos humanos de Empagua.</p>
---	---

¿Qué tanta comunicación interna y externa ha realizado Empagua para dar a conocer la labor de la coordinadora de reforestación?

<p>“Yo me he encargado de dar comunicación interna, en lo administrativo” en el edificio Mini (oficinas de Empagua) saben que existe una coordinadora de reforestación. Uno de los planes es darnos a conocer por medio de afiches en redes sociales o correos electrónico. Externamente se ha tenido comunicación con líderes de los asentamientos.</p>	<p>Creo que hemos empezado a trabajar a paso lento, pero si hemos tratado de darnos a conocer dentro de la Empresa. Externamente, únicamente <i>Facebook</i>, la cual es administrada desde mi teléfono móvil por mi persona, a través de ella publicamos información de las actividades y trabajo que se realiza. .</p>
--	--

Tomando en cuenta la labor socialmente responsable que está teniendo la Empresa Municipal de Agua por parte de la Coordinadora de Reforestación, ¿cree que es conveniente resaltar o divulgar dicha labor dentro y fuera Empagua?


<p>“Claro que sí, rotundamente sí.” vamos con el tema de educar y concientizar a la gente. Nos pone en un lugar estratégico para poner a la gente en alerta, por ejemplo divulgar en redes sociales la importancia del agua.</p>	<p>Es conveniente, como empresa municipal de agua, proveedora del vital líquido. Es la responsable de dar a conocer el plantar un árbol</p>
--	---

Por último quisiera que nos de alguna observación, comentario o sugerencia que contribuya al proceso de diagnóstico en la comunicación.

<p>Nos gustaría que tu proyecto se enfocara en una comunicación externa para concientizar a la población.</p>	<p>“Es importante que alguien de afuera te diga la importancia que tiene esta unidad como parte de la esta empresa” (Empagua) La labor de comunicación es de gritarla a voces, la importancia de esta empresa hacia los trabajadores y al ciudadano. Asimismo, hacer conciencia, educar y enseñar a la niñez sobre estos temas.</p>
---	---

Anexo No. 3: Cuestionario realizado para la encuesta en la Escuela de Ciencias Comerciales No. 5, ubicada en la 2ª Avenida 38-91 zona 8, ciudad Guatemala.

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA,
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS)
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**



Actualmente se está llevando a cabo un estudio sobre el diagnóstico de la comunicación en un departamento de la Empresa Municipal de Agua, Empagua. Por lo que queremos solicitar tu colaboración para responder las preguntas de esta encuesta. Cualquier información que proporciones es totalmente confidencial y será utilizada específicamente para obtener datos estadísticos con fines académicos.

INSTRUCCIONES
Coloca los datos que se te piden al inicio de la encuesta, a continuación, lee detenidamente cada una de las preguntas y selecciona con una "X" la respuesta que consideres adecuada. En el caso de las preguntas de selección múltiple puedes elegir una o varias respuestas como correctas, según lo consideres necesario. Asimismo, en el caso de las preguntas mixtas puedes responder sobre las líneas en blanco.

Sexo: M / F Edad: _____ Institución educativa: _____

1. ¿Has escuchado hablar sobre la Coordinadora de Reforestación y Jardinería para la Conservación del Agua de Empagua (CORRESGUA) y sobre la labor que realiza? SI NO NO SABE

2. Has visto el siguiente logotipo en algún medio de comunicación, por ejemplo en Facebook? (se te mostrará el logo de CORRESGUA) SI NO NO SABE

3. ¿has participado en algún proyecto de reforestación en los últimos dos años? Solo si tu respuesta es SI, menciona en dónde.
 SI NO

a) En tu comunidad
b) Actividad de la Escuela
c) Voluntariado
d) Otros: _____

4. ¿Tu establecimiento educativo ha celebrado los días como: Día del medio ambiente, día del Árbol, Día Mundial del Agua etc.? SI NO NO SABE

5. ¿Sabes cuál de las siguientes fechas es el Día Mundial del Agua?
 22 de marzo 22 de abril 5 de junio ninguno de los anteriores No sabe




6. ¿Crees que hace falta conciencia ambiental por parte de las personas de la zona metropolitana de Guatemala, en el cuidado del medio ambiente, la conservación del agua y protección de los árboles? SI NO NO SABE

7. Selecciona uno o varios de los incisos siguientes, sobre problemas medioambientales que hayas observado en tu institución educativa o cerca de tu comunidad.
a) Tala de árboles.
b) Incendios forestales.
c) Erosión (desgaste) del suelo.
d) Desperdicio o uso irracional del agua.
e) Escasez de agua potable.
f) Otros: _____

8. Selecciona uno o varios de los incisos siguientes, sobre los factores que podrían estar afectando en la conservación y protección del medio ambiente
a) Escasa información en el tema por parte de las autoridades correspondientes.
b) Falta de educación ambiental dentro de las instituciones educativas.
c) Poca atención o interés de la población en general.
d) Otros: _____

9. ¿Te gustaría plantar un árbol, como parte de algún proyecto de reforestación? SI NO

10. ¿Te gustaría recibir información en tu e-mail o redes sociales sobre cómo puedes colaborar con el cuidado del medio ambiente? Si tu respuesta es afirmativa, escribe tu e-mail y/o nombre de perfil en Facebook o Twitter en el espacio en blanco.
 SI NO

 _____  _____
 _____

¡Muchas gracias por la atención prestada!
¡Éxitos en tus estudios, sigue adelante y contribuye para hacer de Guatemala un mejor país!

No.

Anexo No. 4: Fotografías del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) en la Coordinadora de Reforestación y Jardinería para la Conservación del Agua, (Corresgua) de la Empresa Municipal de Agua de la Ciudad de Guatemala (Empagua)

<p><i>Fotografía: epesista realización del análisis FODA de forma grupal con personal de Corresgua</i></p>	<p><i>Fotografía: epesista como voluntario en proyecto de reforestación (5 de junio 2015, día del medio ambiente)</i></p>
	
<p><i>Realización de encuesta en la Escuela de Ciencias Comerciales No.5</i> <i>Fotografía: Alumnas respondiendo la encuesta</i></p>	<p><i>Fotografía: Colaboración de personal de Corresgua y el director de escuela con Epesista durante la encuesta</i></p>
	

Supervisión de EPS.

Fotografía: de izquierda a derecha, Marlon Ramos, Epesista; Licda. Evelin Morazán, asesora de EPS; Marvin Escobar, coordinador de Corresgua



Exposición de proyecto de EPS a directivos de Empagua y Corresgua por parte de epesista en las instalaciones del edificio Mini zona 4, oficinas centrales de Empagua.



Anexo No.5: Ejecución de la estrategia propuesta: “Cambio de imagen del logotipo y slogan de Corresgua”



Ilustración 1: Nuevo logotipo de Corresgua



Ilustración 2: Antiguo logotipo de Corresgua

Anexo No.6: Ejecución de la estrategia propuesta: “Planificación de actividad de reforestación”



Gracias al apoyo de los estudiantes de la Escuela Nacional de Ciencias Comerciales No.5 por haber participado en la actividad "Plantemos por más agua" de la Coordinadora de Reforestación de Empagua (Corresgua), como parte del proyecto de EPS de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



Marlon A. Ramos
Epesista ECC. Usac

Anexo No.7: Ejecución de la estrategia propuesta: “Calendario medio ambiental”



Imagen 1: Boceto final



Imagen 2: Calendario colocado en cartelera de la Escuela de Ciencias Comerciales No.5

Anexo No. 8: Ejecución de la estrategia propuesta: “Banner, Roll-up”



Imagen 4: Banner Roll-up colocado en la Escuela de Ciencias Comerciales No.5



La Coordinadora de Reforestación de Empagua, CORRESGUA

TE INVITA A CONMEMORAR:
El Día Internacional de la Preservación de la Capa de Ozono

Instalaciones del IGSS de Pamplona Zona 13
Ciudad de Guatemala. 8:00 a 12:00 horas
Viernes 18 de septiembre 2015



Imagen 3: Boceto final para el banner

Anexo No.9: Ejecución de la estrategia propuesta: “Boletín medio ambiental digital”




Día del medio ambiente

La Coordinadora de Reforestación de Empagua (CORREGUA), conmemoró el día del Medio Ambiente, 5 de junio, en las laderas del cementerio la Verbena Zona 7, en la cual se logró plantar 400 árboles de pino.

La actividad dio inicio desde muy temprano, en la cual se contó con la colaboración de la Universidad Rafael Landívar, Movimiento Simbiosis, Bomberos Municipales y la División de Protección a la Naturaleza (DIPRONA).

La actividad se llevó a cabo en las orillas del barranco la Verbena, la cuales es un área de mucho riesgo, por lo que CORREGUA tomó las medidas preventivas durante la actividad, la cual concluyó de la mejor manera.

Jardinizando y plantando conciencia

La Coordinadora de Reforestación de Empagua (CORREGUA), realizó una actividad forestal conmemorando el día en contra de la sequía y cuidado de los ríos, en la cual participaron las niñas de la escuela de niñas José María Fuentes de la jornada matutina.

La actividad dio inicio a las 8 de la mañana y concluyó a las 11 de la mañana en un área de del IGSS de Pamplona Zona 13, en la cual se lograron plantar 700 plantas ornamentales de diferentes especies.

Las niñas participantes terminaron la actividad muy entusiasmadas y con deseos seguir plantando árboles, conscientes de que es una labor medioambiental muy importante.



Día Mundial para la conservación de la capa de ozono

El 16 de septiembre se celebra el Día Mundial para la conservación de la capa de ozono, instituido en 1995 por Naciones Unidas con el objetivo de sensibilizar a la opinión pública sobre este problema.

Desde 1985, año en que se adoptó el Convenio de Viena para la protección de la capa de ozono, que fue seguido de varios acuerdos internacionales, se ha logrado un recorte sustancial en la producción de CFCs (compuestos cloro fluorocarbonados), principales responsables de la destrucción de la capa de ozono.¹

La reacción de la comunidad internacional fue rápida y la mayoría de los países del mundo se comprometieron a acabar con la producción de CFC y otros gases agresivos con el ozono. Los países industrializados primero y el resto después han conseguido reducir en un 80% esta producción entre 1988 y 1996. Los efectos beneficiosos no serán inmediatos, pero sí se tiene idea de lo que se evitará: 19 millones de casos de cáncer de piel, 150 millones de casos de cataratas y muchos dinero en pérdidas en la pesca y la agricultura de aquí al año 2040. Y, a más largo plazo, la posible desaparición de la vida en el planeta.

Lo esperanzador de esta historia es que, por primera vez, un tratado internacional sobre el medio ambiente haya provocado una respuesta inmediata de los políticos y las industrias. ¿Por qué no ocurre lo mismo con la pro-

tección de los bosques, la reducción de la contaminación o el problema del calentamiento global? Este es el motivo de que los días de concienciación sobre los problemas de la Tierra, como este, tengan su importancia: Para avanzar en esta tarea siendo consumidores responsables, exigiendo compromisos a los Gobiernos, reciclando y reduciendo nuestras emisiones de productos contaminantes.

¿Qué es la capa de ozono?

Es una capa protectora de la atmósfera que permite preservar la vida sobre la tierra y actúa como escudo para proteger la tierra de la radiación ultravioleta perjudicial proveniente del sol.

El ozono es una forma de oxígeno cuya molécula tiene tres átomos, en vez de dos del oxígeno común. El tercer átomo es el que hace que el gas sea venenoso, mortal si se aspira una pequeñísima porción de esta sustancia.

Se forma en la estratosfera por la acción de radiación solar sobre las moléculas de oxígeno mediante un proceso llamado fotólisis.¹



¹ Texto de referencia... Ambientum. (s.f.). Recuperado el 15 de 09 de 2015, de <http://www.ambientum.com/calendario-medioambiental/16-septiembre-Dia-Mundial-conservacion-capa-ozono.asp>

¹ Texto de referencia... Pruma. (s.f.). pruma.org Recuperado el 15 de 09 de 2015, de http://www.pruma.org/ozonofotolitico_que_es_oz.html

Imagen 5: Boletín digital medio ambiental

Anexo No.10: Ejecución de la estrategia propuesta: “Afiches para redes sociales”



Imagen 6: Afiche digital para portada de Facebook

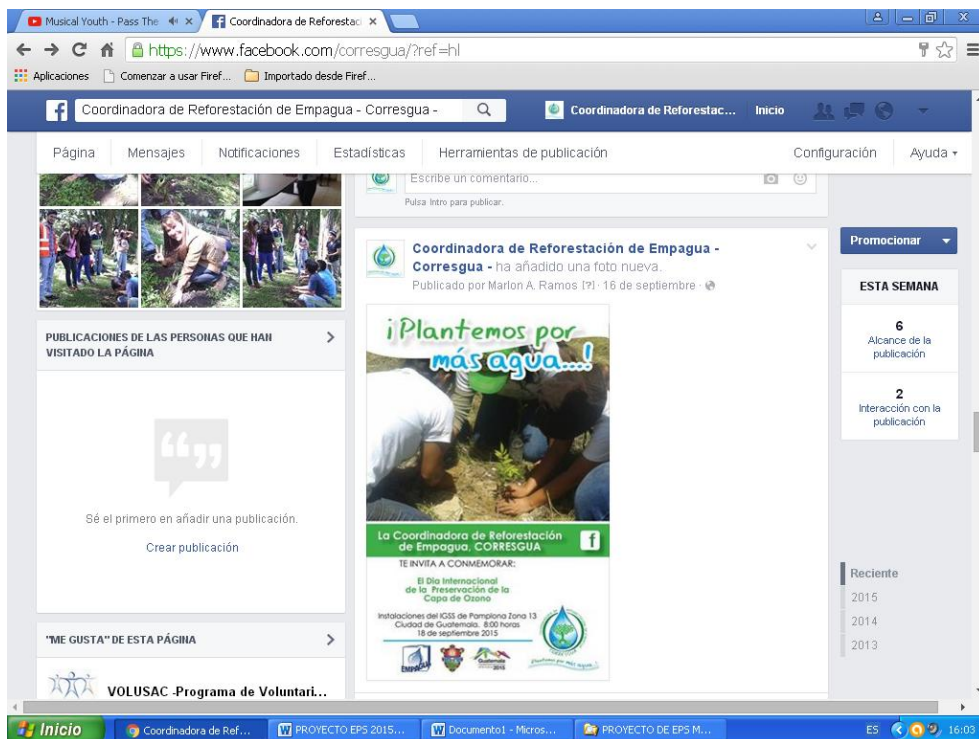


Imagen 7: Afiche para invitación del día del evento de reforestación

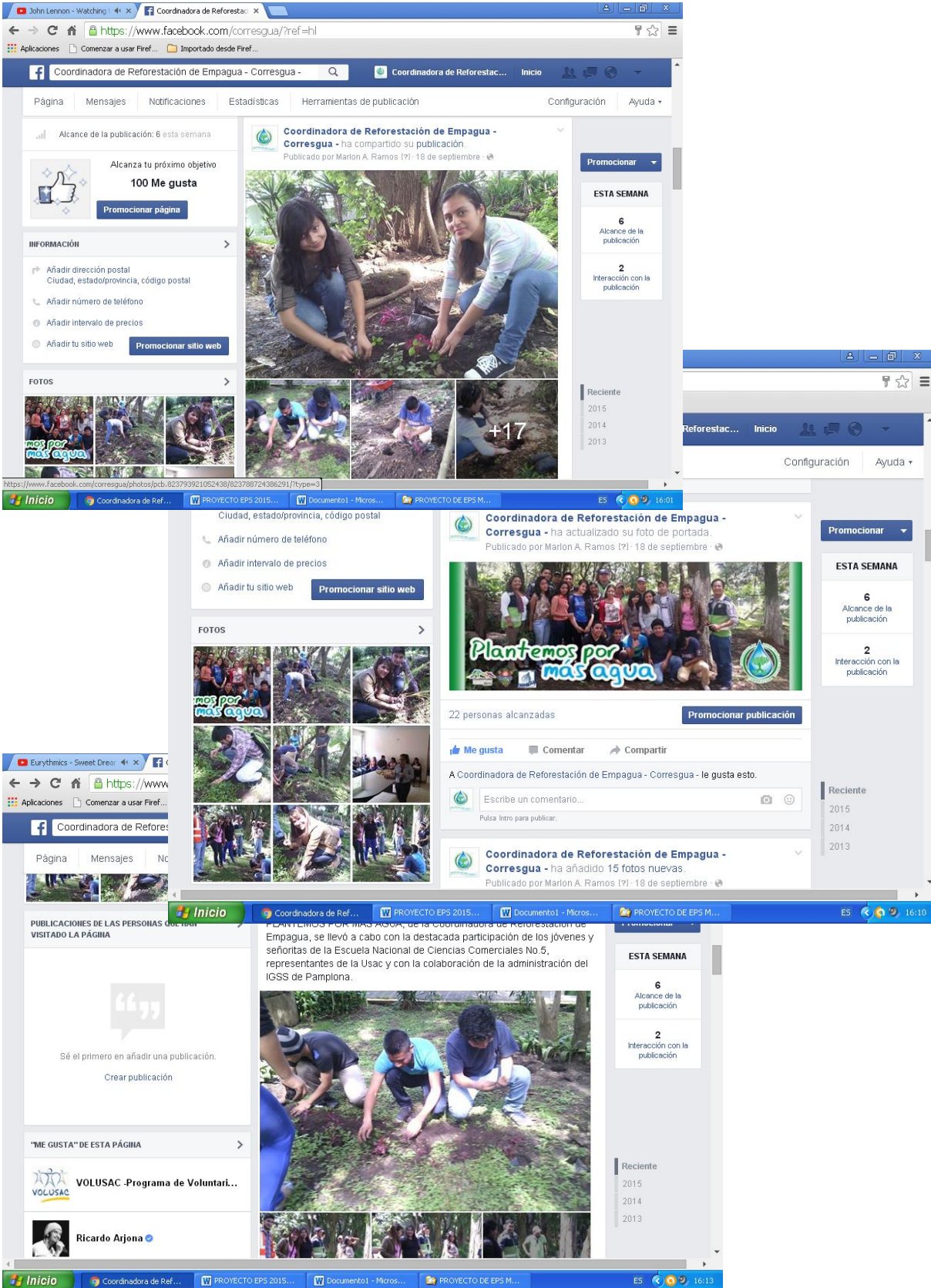


Imagen 8: Interacción en Facebook con los jóvenes voluntarios después de la actividad de reforestación

Glosario de términos

Aboneras: agujeros que se hacen en la tierra (3m X 1m X 0.50m de profundidad) los cuales se rellenan con capas de basura orgánica y tierra. Estas sirven para hacer más fértil el suelo y posteriormente poder plantar árboles.

Brochure: medios impresos como bifolios, trifolios o cualquier medios creativo con fin propagandístico y/o publicitario.

Caudal: cantidad de agua que ostenta una determinada corriente (río). Volumen de agua que arrastra un río.

Cuenca: Se entiende por cuenca a aquella depresión o forma geográfica que hace que el territorio vaya perdiendo altura a medida que se acerca al nivel del mar.

Destinador: el autor hace uso de este término para referirse a emisor o comunicador.

Estrategia: Serie de acciones muy meditadas, encaminadas hacia un fin determinado.

Evo-transpiración: es un sistema que se utiliza con el fin de ahorrar agua a la hora de regar las plantas o árboles que han sido sembrados. Consiste en un embace plástico con agua colocado boca abajo cerca de la planta. El embace debe llevar unos agujeros para que riegue la planta de manera continua o por goteo.

Fan Page: páginas de seguidores dentro de Facebook.

Fundaeco. Es una ONG en Guatemala fundada en 1990 cuya misión es luchar por conservación de la naturaleza y el desarrollo sostenible.

Likes o “Me gusta”. Es el interés que tienen los visitantes en esta página. En el cual se crea un efecto viral en el grupo de amigos.

Mailing: Envío de información publicitaria por correo a un gran número de personas de manera directa y personalizada.

Manto friático: Manto freático. Conocido como tabla de agua, es el nivel por el que discurre el agua en el subsuelo. En el ciclo, una parte del agua se filtra y alimenta al manto freático, también llamado acuífero.

Signo: La teoría del signo lingüístico fue desarrollada por Ferdinand de Saussure, quien lo concibió como la asociación de una imagen acústica o significante y una imagen mental o significado. (Ávila, 1995:19)

Silvicultura: (del latín silva, selva, bosque, y cultura, cultivo) es el cuidado de los bosques, cerros o montes y también, por extensión, la ciencia que trata de este cultivo; es decir, de las técnicas que se aplican a las masas forestales para obtener de ellas una producción continua y sostenible de bienes y servicios demandados por la sociedad.

Slogan: Lema o frase utilizado en publicidad y propaganda para acompañar el nombre de una marca para mejorar la recordación.

Referencias bibliográficas

1. Almazán Moscoso, J. (1996). Comunicación y desarrollo: teoría y ensayo. Guatemala: proveedora de impresos.
2. Alzamora, M. (1980). La Comunicación, hoy. Guatemala C. A.: Piedra Santa, segunda edición 1982.
3. Aprile, O. C. (2000). La publicidad estratégica (1a. ed.). Buenos Aires, Argentina: Paidós SAICF.
4. Avellaneda Yajahuanca, R., Peñatoro Yori, P., & Martín Brañas , M. (2011). Cuidado y gestión sostenible de las fuentes tradicionales de agua en comunidades rurales amazónicas. Iquitos, Perú: Servicios Gráficos JMD.
5. Ávila, R. (1995). La lengua y los hablantes. México: Editorial Trillas. Cuarta reimpresión.
6. Borge De la Rocha, A. ((s.f.)). Anotaciones sobre opinión pública. Managua, Nicaragua.
7. Capriotti, P. (2013). Planificación estratégica de la imagen corporativa (IIRP - Instituto de Investigación en Relaciones Públicas ed.). Málaga, España: Editorial Ariel.
8. Castillo Esparcia, A. (2010). Introducción a las relaciones públicas. (I. d. (IIRP), Ed.) España.
9. de León Amador, R. V. (2012). Propuesta de comunicación interna para fortalecer el clima organizativo de las escuelas públicas de pre primaria y primaria caso: Escuela oficial mixta No. 613 Mario Méndez Montenegro Ubicada en la aldea Santa Lucia los Ocotes Zona 17. Tesis, Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación, Guatemala.

10. Domínguez Martín, R., & Fernández Martínez, J. (2011). Responsabilidad Social Corporativa. Cantabria, España: CEOE CEPYME Cantabria.
11. Escobar Sandoval, G. M. (Octubre de 1997). Trabajo de tesis, Escuela de Ciencias de la Comunicación. "Importancia de los medios de comunicación alternativa para la conservación del medio ambiente". Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala.
12. García, R., Pelayo, & Gross. (2003). Larousse, diccionario de la lengua española. México: ediciones Larousse, S A. de CV. Segunda Edición.
13. Iarna-URL y TNC (Instituto de Agricultura, R. N. (2013). Bases técnicas para la gestión del agua con visión de largo plazo en la zona metropolitana de Guatemala. Guatemala: Servipresa S. A.
14. Interiano, C. (2003). Semiología de la Comunicación. Guatemala: editorial estudiantil Fénix, 8va Edición.
15. Lamb, C., Hair, J., & MacDaniel, C. (1998). Marketing (Cuarta ed.). (A. D. Quiñónez, Trad.) México, D.F.: internacional Thomson editores, S.A.
16. Ley forestal, Decreto número 101-96 (Congreso de la República de Guatemala 02 de 12 de 1996).
17. Melgar, L. A. (2007). Etapas a seguir en el desarrollo del proyecto de investigación y guía para la presentación del informe final del proyecto (Octava ed.). Guatemala: Textos y Formas Impresas.
18. Ongallo, C. (2007). Manual de comunicación. Madrid: editorial Dykinson S. L. 2da Edición.

19. P. Odum, E. (1971). *Ecología*. (C. G. Ottenwaelder, Trad.) México: Nueva Editorial Interamericana S.A.
20. Paiz Girón, I. E. (10 de 2006). Trabajo de tesis, Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales. "Análisis jurídico del marco ambiental de los bosques guatemaltecos y de las principales causas que provocan su deforestación". Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala.
21. Pérez-Latre, F. J. (2000). *Planificación y gestión de medios publicitarios*. Barcelona, España : Ariel, S. A.
22. Prieto Castillo, D. (1985). *Diagnóstico de la comunicación* (Primera ed.). Quito: Belén.
23. Tecla J., A., & Garza R., A. ((s.f.)). *Teoría, métodos y técnicas en la investigación Social*. (s.l.i.): Textos y Formas Impresas.
24. Velásquez Rodríguez, C. A. (2004). *Comunicación, Semiología del mensaje oculto*. Guatemala: Eidos Ediciones. Quinta edición.
25. Velásquez Rodríguez, C. A. (2005). *Introducción a la Semiología*. San José Villa Nueva, Guatemala: ECO ediciones.

E-grafías

1. Jiménez Marqués, E. (2009). El principio del final. Recuperado el 25 de 02 de 2015, de <https://proyectoempresarial.files.wordpress.com/2009/10/obervacion.pdf>
 2. Munigate. (s.f.). Recuperado el 05 de 05 de 2015, de <http://udicat.munigate.com>
 3. Noemagico (s.f.). Recuperado el 07 de 09 de 2015, de <http://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigacion-descriptiva.php>
 4. Vega, c., & Venancio, M. (2015). B-Green. Recuperado el 7 de 09 de 2015, de <http://b-green.pe/>
-