

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



“ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LA IMAGEN INSTITUCIONAL EN
ASOCIACION DONAMOR”

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura
Presentado al Honorable Consejo Directivo por

Lilian Raquel Guzmán Barrientos

Carné: 199918619

Previo a optar al título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

Guatemala, Octubre de 2018

Consejo Directivo

Director

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya

Representantes Docentes

Lic. Mario Campos

Lic. Gustavo Morán

Representantes Estudiantiles

Pub. Gabriela Eugenia Menegazzo Cu

Pub. Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representante de Egresados

M.A. Michael González Bátres

Secretaria Administrativa

M.Sc. Claudia Molina

Coordinador EPS Licenciatura

Lic. Luis Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura

Licda. Sandra Nohemí Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios



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

Guatemala, 10 de octubre de 2018

Estudiante
Lilian Raquel Guzmán Barrientos
Carné: 199918619
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

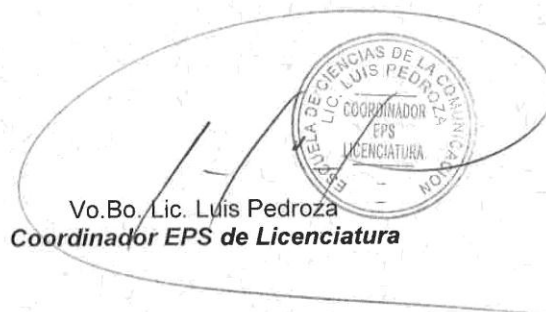
Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final de su Proyecto de EPS de Licenciatura con título: "ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LA IMAGEN INSTITUCIONAL EN ASOCIACIÓN DONAMOR". El citado trabajo llena los requisitos de rigor del presente Programa, por lo cual se emite **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.


Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y distribución digital del Informe Final de EPS de Licenciatura en 5 CD's con el documento en PDF los cuales deberá entregar en las instancias correspondientes para su archivo y publicación.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Licda. Sandra Hernández
Supervisora EPS de Licenciatura




Vo.Bo. Lic. Luis Pedroza
Coordinador EPS de Licenciatura





Guatemala, 10 de agosto de 2018.-

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

Estimado Licenciado Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que: **Lilian Raquel Guzmán Barrientos** con número de carné: **199918619**, el estudiante(a) epesista de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y, previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación; realizó el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **14 de mayo al 12 de julio del año en curso**; tiempo durante el cual ejecutó el proyecto comunicacional: **"Estrategias para fortalecer la imagen institucional en Asociación Donamor"** entregando el material respectivo, debidamente recibido por nuestra institución **Asociación Integral Altruista Donando Amor –Donamor-**.

En este sentido, manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del epesista y para los usos subsecuentes en el proceso de EPS de Licenciatura, extendemos la presente **CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE SU PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA** en nuestra **Institución Asociación Integral Altruista Donando Amor –Donamor-**.

Atentamente,

Lcda. María Angelina Oliva Salazar

Coordinadora de Proyectos



Asociación Integral
Altruista Donando Amor
www.donamorgt.org
Guatemala

“Para efectos legales únicamente el autor es responsable del contenido de este trabajo”

DEDICATORIA

- Dios** Por su amor y misericordia a lo largo de mí caminar por esta vida, por protegerme siempre
- A mis padres** Guadalupe y Enriqueta por su amor y entrega, a mi bella madre le dedico este triunfo por sus sacrificios y apoyo incondicional en todas las etapas de mi vida
- A mis hermanos** Jose, Soledad Héctor y Juan por formar parte de este triunfo.
- A mis sobrinos** Jose, Hector, Angel, Andres, Isaac,Pablo, Juli, Adrian y David por alegrarme mi vida
- A mis amigos (a)** Por ser esos bellos ángeles en mi Marlen Guerrero, Erasma Ceballos, Norma Joj, Lesly Ruiz, Jaqueline Guevarra, Jorge Medrano, Beatriz Bautista, Ana Alvizures y Mari Morales
- A mi casa de estudios** Escuela de Ciencias de la Comunicación por la oportunidad de hacerme crecer profesionalmente, USAC mi alma Mater

AGRADECIMIENTOS

Nos creaste para ti y nuestro corazón andará siempre inquieto mientras no descanse en ti. (San Agustín de Hipona)

A todas aquellas personas que apoyaron la elaboración del presente trabajo de investigación, particularmente al personal directivo de la asociación -DONAMOR- y mis asesores Licda. Sandra Hernández y Norma Joj que Dios les acompañe siempre.

A mis amigos cercanos, que durante semestres consecutivos hemos estudiado y finalmente concluimos esta importante actividad de convertirnos en profesionales de las ciencias de la comunicación.

INDICE

Resumen	I
INTRODUCCIÓN	II
JUSTIFICACION	III
CAPITULO I	1
1. DIAGNOSTICO DE COMUNICACIÓN	1
1.1 OBJETIVOS DEL DIAGNOSTICO	1
1.1.1 Objetivo general	1
1.1.2 Objetivos específicos.....	1
1.2 ANTECEDENTES DE LA ASOCIACIÓN INTEGRAL ALTRUISTA DONANDO AMOR- DONAMOR-	1
1.2.1. Ubicación Geográfica	1
1.2.2 Integración y alianzas estratégicas	1
1.2.3. Antecedentes o historia.....	2
1.2.4. Departamentos o dependencias (Programas).....	2
1.2.5. Misión.....	4
1.2.6. Visión	4
1.2.7. Objetivos institucionales de la entidad –DONAMOR-	4
1.2.8. Público objetivo	5
1.2.9. Organigrama	5
1.3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	5
1.3.1. Descripción del método.....	5
1.3.2. Técnica o Instrumentos de Recolección:	5
1.3.3. Cronograma del Diagnóstico.....	7
1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS	8
1.4.1. Ficha de entrevista.....	8
1.4.2 Resultados de la entrevista	9
1.4.2.1 Entrevista.....	9
1.4.3 Tabla comparativa, puntos de encuentro y disensos en entrevista	10
1.4.4 Gráficas, cuadros e interpretación del resultado de las encuestas.....	11
1.5. Radiografía de la asociación FODA.....	16

CAPITULO II	17
2. PLAN DE COMUNICACIÓN.....	17
2.1 ANTECEDENTES COMUNICACIONALES	17
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN	18
2.3. PUBLICO OBJETIVO	18
2.4. MENSAJE	19
2.5 ESTRATEGIAS Y ACCIONES.....	19
2.5.1 Estrategia 1	19
2.5.2 Estrategia 2	20
2.5.3 Estrategia 3	21
2.5.4 Estrategia 4	22
2.5.5. Estrategia 5	23
2.5.6. Estrategia 6	24
2.5.7 Estrategia 7	25
2.5.8 Estrategia 8	26
2.5.9 Estrategia 9	27
CAPITULO III	28
3. INFORME DE EJECUCIÓN.....	28
3.1. PROYECTO DESARROLLADO	28
3.1.1. Financiamiento	28
3.1.2. Presupuesto ejecutado:.....	28
3.1.3. Beneficiarios.....	29
3.1.4. Recursos Humanos:	29
3.1.5. Áreas Geográficas de Acción.....	30
3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS.....	30
3.2.1 Estrategia 1	30
3.2.2. Estrategia 2	32
3.2.3 Estrategia 3	34
3.2.4. Estrategia 4	36
3.2.5 Estrategia 5	38
3.2.6. Estrategia 6	39
3.2.7. Estrategia 7	41
3.2.8 Estrategia 8	43

3.2.9 Estrategia 9	44
3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	47
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO	48
CONCLUSIONES	49
RECOMENDACIONES	50
GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	51
BIBLIOGRAFIA.....	55
EGRAFIA.....	55
ANEXOS.....	56

Resumen

Nombre de la Institución:

Asociación Integral Altruista Donando Amor –DONAMOR-

Nombre del Proyecto:

“Estrategias para fortalecer la Imagen Institucional en la Asociación DONAMOR”

Objetivos del Proyecto

General

Fortalecer la imagen institucional de la Asociación Donamor.

Específicos

- Facilitar los procesos de comunicación a través de canales y herramientas adecuados
- Elaborar guía administrativa y financiera que establezcan directrices de los procedimientos internos
- Implementación de la filosofía institucional

Sinopsis:

Para el cumplimiento del presente proyecto fueron ejecutadas las estrategias de comunicación en Asociación Integral Altruista Donando Amor –Donamor-. Evidenciando así la importancia de contar con un departamento de comunicación que genere los canales idóneos para el cumplimiento de los objetivos institucionales.

INTRODUCCIÓN

La comunicación es un elemento fundamental y distintivo en cada organización, que permite fortalecer y fomentar su propia identidad. Cada entidad debe establecer sus propias estrategias que cumplan con los objetivos institucionales internos y externos.

En el presente Ejercicio Profesional Supervisado, se establecieron estrategias de comunicación para la Asociación Integral Altruista Donando Amor de nombre abreviado –DONAMOR-, quienes tienen como fin principal la atención de jóvenes vulnerables víctimas de la violencia sexual, de institutos nacionales, estableciendo diversos programas de ayuda, a través de becas, talleres dinámicos con las familias, jornadas médicas, escuela de vacaciones, campañas de concientización, entrega de medicinas y alimentos entre otros.

El estudio comunicacional permitió establecer las debilidades de los sistemas de comunicación, los problemas que requirieron mayor atención y resolución, materializando el planteamiento y ejecución de estrategias orientadas a fortalecer la imagen institucional de DONAMOR.

Entre los principales planteamientos surge la necesidad de crear y establecer canales de comunicación que cumplan con la función de informar al público objetivo sobre las diferentes actividades de la asociación las cuales generen oportunidades de expansión a la asociación.

JUSTIFICACION

La Asociación Integral Altruista Donando Amor – DONAMOR-; realizan un trabajo benéfico a la juventud guatemalteca a través de diferentes proyectos y talleres, los mismos son sostenidos a través de socios donantes y un grupo de voluntarios que aportan recursos y tiempo, es por ello la importancia de dar a conocer el trabajo que aportan al beneficio de la juventud guatemalteca.

La implementación de las estrategias de comunicación por medio de los canales y herramientas utilizadas permitirá que la información fluya a través del público interno y externo, y este a su vez divulgue el trabajo que se desarrolla a beneficio de los jóvenes, y así se cumpla con el papel que desempeña la comunicación dentro de nuestra sociedad.

El objetivo primordial del presente estudio es aportar a identificar a través de los resultados los problemas y soluciones en los procesos de comunicación en el desarrollo del trabajo que realiza Donamor.

CAPITULO I

1. DIAGNOSTICO DE COMUNICACIÓN

1.1 OBJETIVOS DEL DIAGNOSTICO

1.1.1 Objetivo general

Realizar un diagnóstico de la comunicación interna en DONAMOR, a través de técnicas y herramientas de investigación, que brinden información objetiva para plantear nuevas estrategias de comunicación, que posteriormente se ejecutaran y contribuirán a fortalecer y fomentar la identidad de la asociación.

1.1.2 Objetivos específicos

- Conocer los canales de comunicación y su eficacia para trasladar información a socios, donantes, voluntarios y personal.
- Examinar los problemas comunicacionales que afectan la filosofía e imagen Institucional.
- Recolectar la información de carácter cualitativo y cuantitativo que permita establecer un plan de estrategias de comunicación, que fortalezcan la gestión comunicacional en la entidad DONAMOR.

1.2 ANTECEDENTES DE LA ASOCIACIÓN INTEGRAL ALTRUISTA DONANDO AMOR-DONAMOR-

1.2.1. Ubicación Geográfica

La asociación actualmente se encuentra ubicada en 12 calle 31-23 zona 7, Colonia Centro América, Ciudad de Guatemala, departamento de Guatemala.

1.2.2 Integración y alianzas estratégicas

Estratégicamente posee alianza con las siguientes entidades: World Visión, Planned Parenthood Global, Red de derivación del Modelo de Atención Integral del Ministerio Público –MAI MP-, de este último se ha convertido en un referente de atención para menores en conflicto con la ley.

1.2.3. Antecedentes o historia

Debido a la experiencia de los socios fundadores en el área de atención a víctimas de violencia sexual y particularmente a jóvenes de sectores vulnerables, se formó en el año 2,006, la entidad “Asociación Integral Altruista Donando Amor”, que puede abreviarse – DONAMOR-. Surge como una necesidad de atender adolescentes a partir de diversos indicadores observados, entre los que es importante señalar: altos índices de agresividad en los estudiantes, falta de motivación y de superación personal, incremento de hogares disfuncionales en donde carecen de un ambiente familiar adecuado, baja autoestima, ansiedad por la falta de la cobertura respecto a las necesidades básicas, como alimento, vestuario, salud, vivienda y protección.

Durante los últimos años han fortalecido sus estrategias de participación, a través de foros, charlas de superación, talleres y campamentos. Los centros educativos que abrieron sus puertas a DONAMOR fueron los Institutos Normal Mixto Rafael Aqueche y Adrián Zapata, generando impacto positivo en la población estudiantil, lo que ha tenido como consecuencia que otros centros educativos se haya sumado al proyecto de – DONAMOR-.

1.2.4. Departamentos o dependencias (Programas)

DONAMOR realizó un primer diagnóstico para conocer las necesidades prioritarias de un segmento de la población, para establecer un programa que comprende temas principales de liderazgo y empoderamiento para jóvenes, denominado Convivencia y Valores – CONVIVA –, el cual tiene como fin principal prevenir la violencia en Guatemala.

Los principales ejes del Programa Conviva se detallan a continuación:

a) Becas DONAMOR

Una de las causas principales de abandono de la casa de estudios, es la falta de presupuesto de los padres para sufragar las necesidades de alimentación y facilitación de medios de transporte. Un alto porcentaje de estudiantes se ven obligados a combinar horarios extendidos de trabajo y estudio para colaborar económicamente en sus hogares.

Estas situaciones, entre otras, propician en los jóvenes su reclutamiento e involucramiento en actos de vandalismo, distribución, consumo de drogas y esclavitud sexual. El programa de Becas DONAMOR busca apoyar a jóvenes con un monto mensual de Q150.00 por alumno para apoyarles con los medios de transporte y evitar una mayor deserción escolar.

b) Familias Fuertes y Crianza con Ternura

Estos programas contribuyen a establecer lazos fuertes de comunicación entre padres e hijos para evitar conflictos que generen desintegración familiar.

A través de métodos interactivos se propicia un espacio en que participan padres o encargados de familia y adolescentes y lograr “ponerse en los zapatos del otro” para mejorar los lazos de comunicación.

c) Proyectos comunitarios

La finalidad es fomentar la participación ciudadana en proyectos de ayuda comunitaria dentro de la república de Guatemala.

Está dirigido a niños, niñas, madres solteras, viudas, ancianos, que carecen de los principales medios de sustento: medicamentos, alimentos, vestimenta, útiles escolares, para el efecto, se sustenta en los siguientes eventos:

- Jornadas médicas integrales
- Escuela de vacaciones
- Campañas de concientización sobre salud, educación, promoción de valores

Esto se logra a través de alianzas estratégicas que aportan donaciones en especie (medicamentos, alimentos, ropa, calzado, implementos de higiene personal), se realizan los proyectos comunitarios en jornadas integrales que benefician a personas de escasos recursos.

1.2.5. Misión

La asociación –DONAMOR-, tiene como misión, apoyar a los niños y jóvenes en situación de alto riesgo, utilizando como herramienta principal programas educativos que les ayuden a integrarse productivamente a la sociedad y a alcanzar la plenitud física y emocional, con el fin de evitar que sean víctimas o actores del crimen organizado y otras dimensiones de violencia.

1.2.6. Visión

La asociación –DONAMOR-, tiene como visión, transformar la vida de niños y jóvenes a nivel nacional, utilizando técnicas y programas educativos innovadores, con el fin de integrarlos productivamente a la sociedad para que construyan una Guatemala sin violencia y llena de oportunidades.

1.2.7. Objetivos institucionales de la entidad –DONAMOR-

1.2.7.1 Objetivo general

Trabajar por una cultura de paz y prevención de la violencia en Guatemala.

1.2.7.2 Objetivos específicos

1. Fomentar el liderazgo juvenil y relación de pares.
2. Capacitar a maestros y padres de familia.
3. Reducir el índice de deserción escolar.
4. Disminuir la tasa de embarazos en adolescentes.
5. Evitar el involucramiento en actividades delictivas.
6. Disminuir el consumo y la distribución de drogas en los establecimientos.
7. Prevenir el acoso escolar.
8. Prevenir las rivalidades entre centros educativos.
9. Identificar e interrumpir los ciclos de violencia y pobreza dentro de la población estudiantil.

1.2.8. Público objetivo

Niños, niñas, adolescentes y jóvenes.

1.2.9. Organigrama

A la fecha no evidencian organigrama.

1.3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. Descripción del método

Piloña (2017) “Procedimiento para alcanzar un objetivo. Lo que permite ordenar una actividad determinada. Es un camino (guía) para alcanzar un fin; o, un proceso lógico para lograr un objetivo” (P. 33)

Gortari (como se citó en Piloña, 2017) “Procedimientos planeado que se sigue de la investigación para descubrir las formas de existencia de los procesos del universo, para desentrañar sus conexiones internas y externas, para generalizar los conocimientos adquiridos de ese modo, para llegar a demostrarlos con rigor racional y para conseguir su comprobación en el experimento y con la técnica de su aplicación “. (p.80)

Por lo tanto se dice que metodología es un procedimiento lógico de considerar la realidad, el cual permite obtener verdades objetivas de forma ordenada y sistemática.

1.3.2. Técnica o Instrumentos de Recolección:

Piloña (2017) afirma “son herramientas que permiten resolver el problema metodológico de la investigación, para comprobar o refutar una hipótesis. (p.49)

Se entiende por técnica sistemas y medios de recolección de datos, como un conjunto de reglas y operaciones para el manejo de la investigación, en el presente proyecto se realizaron entrevistas, encuestas y observancia.

1.3.2.1 Entrevista

Piloña (2017) “proceso por medio del cual dos o más personas entran en estrecha relación verbal, con el objeto de obtener información fidedigna y confiable sobre todo o algún aspecto del fenómeno que se estudia” (p.69)

Se preparó una entrevista libre a la Coordinadora de proyectos y fundadora de – DONAMOR-, con la finalidad de conocer mejor la organización y su evolución en el tema comunicacional.

1.3.2.2 Encuestas

Piloña (2017) indica “es la técnica mediante la cual se adquiere información de un grupo o parte de la población, a la que se le denomina muestra. Consiste en indagar o interrogar a personas, a través de un cuestionario previamente preparado. (p.71)

Se practicaron encuestas a través de la herramienta en internet “google drive” para voluntarios, socios, donantes, estableciendo una muestra de 30 encuestados. En esta etapa es pertinente establecer primero las necesidades de la empresa, para luego determinar las fuentes de información a las que se debe recurrir.

La calidad de los resultados, dependerá de lo fidedignos que sean los datos, posteriormente se procederá a analizar e interpretar la información obtenida, buscando que se adapte a los objetivos planteados.

1.3.2.3 Observación

Piloña (2017) afirma que “significa fijar los sentidos sobre un determinado aspecto, total o parcial, de la realidad del fenómeno que se estudia, y registrar mentalmente, gráfica y descriptivamente este, para su análisis posterior. (p.67)

Para conseguir un conocimiento claro y conciso de la situación comunicacional de Donamor se utilizó la técnica de la observación.

1.3.3. Cronograma del Diagnóstico

ACTIVIDADES	MESES							
	ENERO				FEBRERO			
	1	2	3	4	5	6	7	8
<i>Diagnostico comunicacional</i>								
CURSO PROPEDEÚTICO								
DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN								
CONSTRUCCIÓN DEL DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN								

Fuente: <https://es.ccm.net/contents/580-diagrama-de-gantt>

1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

1.4.1. Ficha de entrevista

Entrevista realizada a: **Licenciada María Angelina Oliva Salazar**
Fundadora y Coordinadora de Proyectos
Asociación Integral Altruista Donando –Amor-

Fecha: **20 de enero 2018**

Tipo de entrevista: **Libre**

Objetivo Institucional: **Recopilar información institucional y comunicacional.**

- 1.- ¿Cómo nace DONAMOR?
- 2.- ¿Cuál es la filosofía institucional de DONAMOR?
- 3.- ¿Qué recursos utiliza DONAMOR para cumplir sus objetivos?
- 4.- ¿Qué canales de comunicación utiliza DONAMOR para informar al público objetivo?
- 5.- ¿Cómo evalúa la idoneidad de los canales de comunicación que utiliza DONAMOR?

1.4.2 Resultados de la entrevista

1.4.2.1 Entrevista

En la entrevista con la Licenciada María Angelina Oliva Salazar, fundadora y coordinadora de proyectos de Asociación Integral Altruista Donando Amor –Donamor-, llevada a cabo en 12 calle 31-23 zona 7 Colonia Centro América Ciudad de Guatemala, indico que Donamor surgió de la necesidad de atender a jóvenes víctimas de la violencia en la sociedad, quienes fueron creando proyectos que ayudarían a los jóvenes.

Indico que debido a falta de recursos y de la poca importancia de las ciencias de comunicación dentro de la asociación, no contaban con un departamento comunicacional que generara los canales de comunicación adecuados, como cartelera informativa, boletines internos, guías o manuales administrativos y financieros, así como también la filosofía empresarial visible.

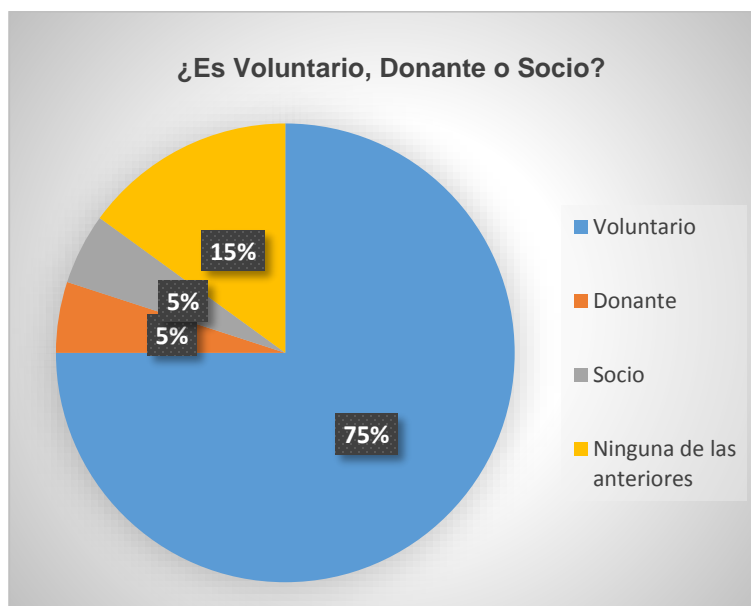
Por otra parte indico que los recursos que utiliza Donamor para cumplir sus objetivos son por medio de voluntarios y socios donantes.

1.4.3 Tabla comparativa, puntos de encuentro y disensos en entrevista

Preguntas	Respuestas
¿Cómo nace DONAMOR?	Nace de la necesidad de atender a jóvenes vulnerables de la violencia.
¿Cuál es la filosofía institucional de DONAMOR?	La entrevistada indica que no cuentan con una filosofía institucional definida, por lo que no se encuentra visible en las instalaciones
¿Qué recursos utiliza DONAMOR para cumplir sus objetivos?	Indica que los objetivos los cumplen por medio de voluntarios y socios donantes que apoyan de diferente formas para llevar a cabo con los talleres que imparte a los jóvenes de diferentes establecimientos públicos
¿Qué canales de comunicación utiliza DONAMOR para informar al público objetivo?	Las vías de comunicación que utilizan son por teléfono o mensajes de texto, por medio de su fan page.
¿Cómo evalúa la idoneidad de los canales de comunicación que utiliza DONAMOR?	Los canales de comunicación son un poco lentos lleva a incurrir en tiempo y costo para la asociación, cree que podrían mejorar.

1.4.4 Gráficas, cuadros e interpretación del resultado de las encuestas

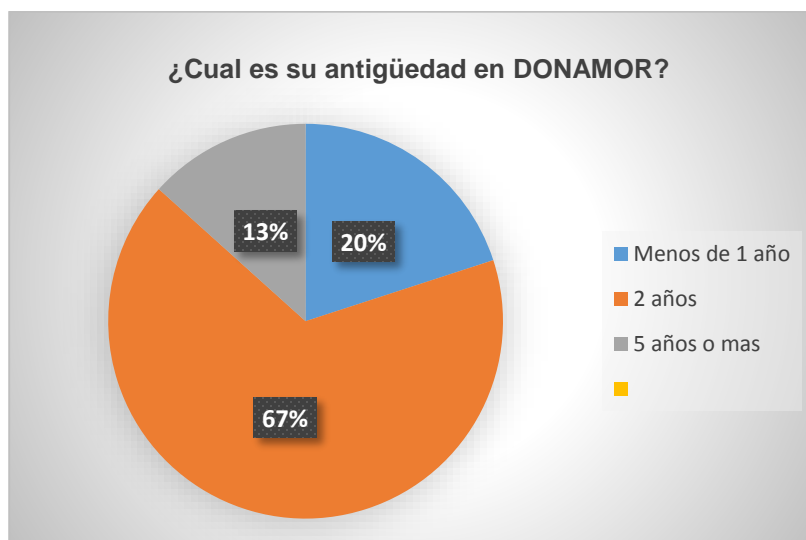
Grafica 1



Fuente: Epesista Lilian Guzmán

Interpretación: El 75% de los encuestados son voluntarios, 15% constituyen seguidores de la fan page; y el 10% se reparte entre socios y donantes.

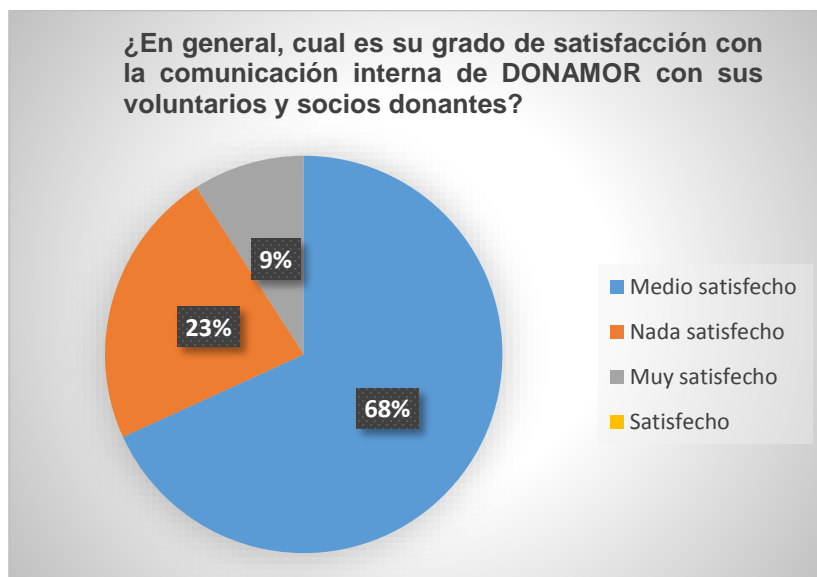
Grafica 2



Fuente: Epesista Lilian Guzmán

Interpretación: El 67% indicaron que poseen 2 años de pertenecer a Donamor, 20% tienen menos de 1 año y el 13% supera los 5 años.

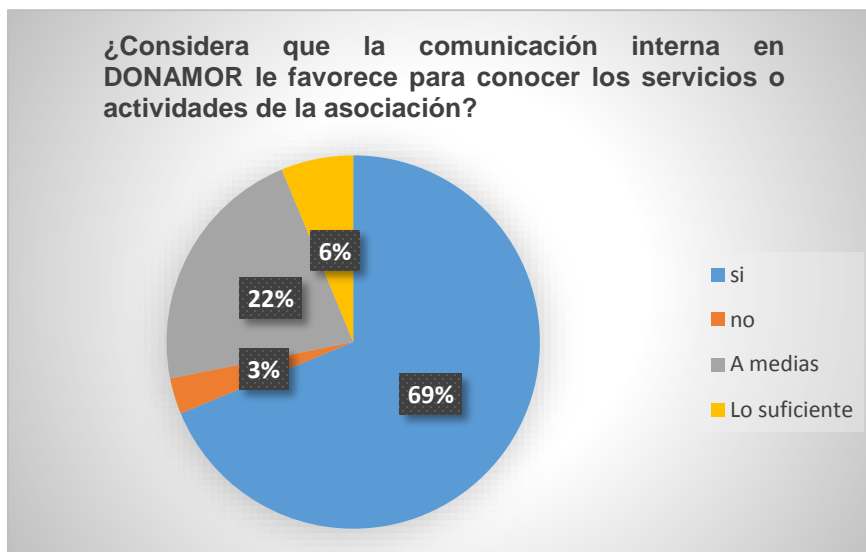
Grafica 3



Fuente: Epesista Lilian Guzmán

Interpretación: El 68% indico encontrarse medio satisfecho, 23% nada satisfecho, 9% muy satisfecho.

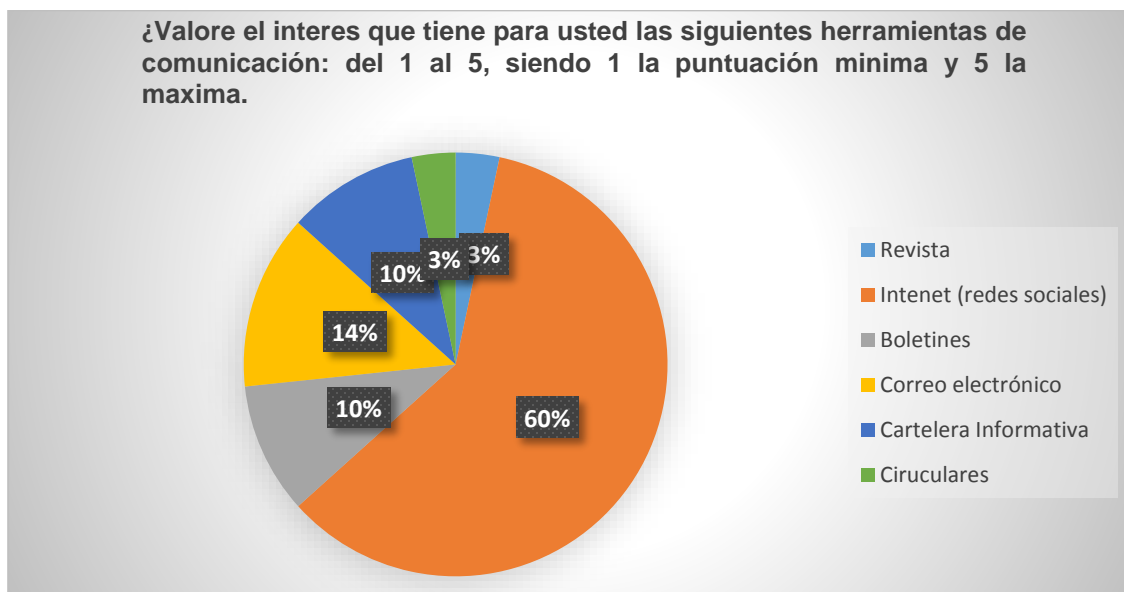
Grafica 4



Fuente: Epesista Lilian Guzmán

Interpretación: El 69% indicó estar de acuerdo en que la comunicación interna favorece a la asociación, el 22% señalo que la comunicación es a medias; 6% señala que es suficiente y el 3% no le favorece.

Grafica 5



Fuente: Epesista Lilian Guzmán

Interpretación: El 60% indico interés por la herramienta de internet (redes sociales), 14% se adapta al correo electrónico, 10% respecto a la cartelera informativa, el 10% a través de boletines, un 3% en circulares y el 3% en revistas.

Grafica 6



Fuente: Epesista Lilian Guzmán

Interpretación: 90% indicaron no recordar si Donamor ha realizado alguna campaña o actividad para fomentar la comunicación interna, 10% indicaron recordar este aspecto.

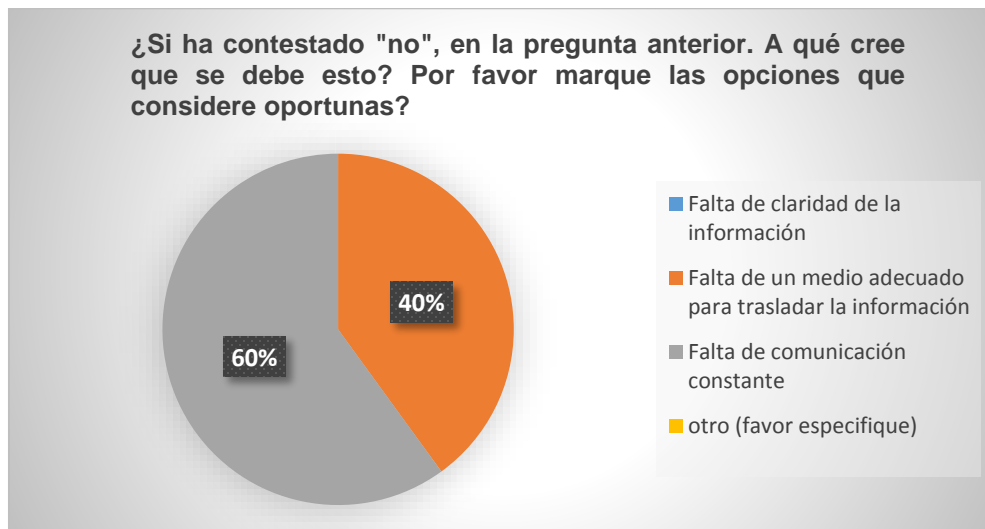
Grafica 7



Fuente: Epesista Lilian Guzmán

Interpretación: 70% del total, señala que la comunicación en la entidad no le favorece y un 30% se siente comprometido.

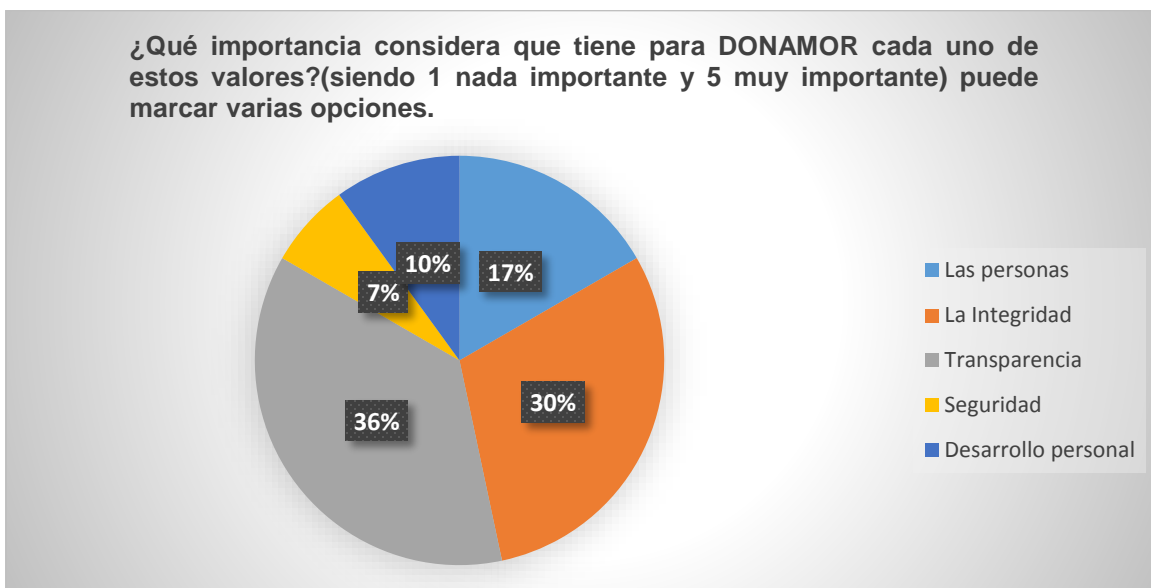
Grafica 8



Fuente: Epesista Lilian Guzmán

Interpretación: El 60% indico que la falta de comunicación es constante y un 40% establece que se carece de un medio adecuado para trasladar la información.

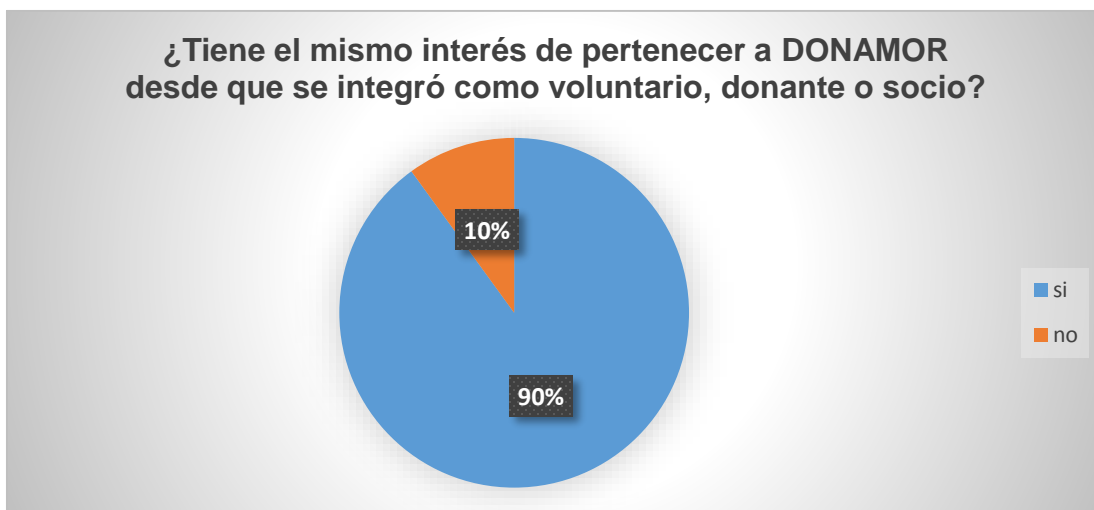
Grafica 9



Fuentes: Epesista Lilian Guzmán

Interpretación: 36% consideran que la transparencia es el valor de preeminencia, continua la integridad con el 30%, calidad 17%, 10% las personas y un 3% la seguridad.

Grafica 10



Fuente: Epesista Lilian Guzmán

Interpretación: El 90% indicaron poseer interés de seguir perteneciendo a la institución y el resto (10%) indicaron desinterés total.

1.5. Radiografía de la asociación FODA

Fortaleza:

- Valores institucionales integrados.
- Equipo humano profesional con proyección social.
- Adherida a la red de derivación del Ministerio Público

Oportunidades:

- Interés por fortalecer la imagen institucional
- Definir sus procesos financieros y administrativos a través de guías o manuales.
- Mejora de clima organizacional a través de la creación de canales y herramientas de comunicación.

Debilidades:

- Falta de canales y herramientas de comunicación adecuados.
- Recursos económicos limitados
- Carencia de un departamento de comunicación
- Desconocimiento de la importancia de la Ciencia de la Comunicación
- Recurso de personal limitado

Amenazas:

- Poca cobertura con donantes que financien los proyectos de DONAMOR, por carecer de lineamientos institucionales.
- Carecer de un departamento de comunicación que genere estrategias internas y externas para el logro del objetivo institucional.

CAPITULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

La evaluación se enmarca en un proceso metodológico que puede aplicarse a cualquier organización, el cual estará asociado a múltiples circunstancias que al variar, afectan la rentabilidad esperada, cambios en la planeación estratégica, visión, misión, valores, objetivos, políticas, estrategias, procedimientos y estructura organizacional.

En tal sentido, se ha desarrollado un Plan de Comunicación, que contiene estrategias de comunicación relacionadas a las necesidades reales de la Asociación - DONAMOR- considerando el diagnóstico realizado, las cuales facilitaran el logro de los objetivos establecidos.

2.1 ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

Se realizó el análisis de la información de carácter cualitativo y cuantitativo de la Asociación DONAMOR, estableciendo en primera instancia que carecen de un departamento, unidad o encargado de la comunicación interna. En tal sentido, los procesos de comunicación que realizan no son inadecuados para la organización.

Carecen de una filosofía institucional definida, visible y de conocimiento para los involucrados. Ausencia de herramientas y medios de comunicación para informar al público objetivo con relación a las actividades de la asociación.

No se evidencia guías o manuales de procedimientos administrativos y financieros que difundan las directrices establecidas para una adecuada gestión de los riesgos de exposición.

2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

2.2.1 Objetivo General

- Preparar un Plan de Comunicación para fortalecer la imagen institucional de – DONAMOR-.

2.2.2 Objetivos Específicos

- Diseñar canales y herramientas de comunicación que faciliten y fortalezcan la identidad con voluntarios, socios donantes y públicos externo.
- Mejorar la comunicación existente entre voluntarios, socios y donantes.
- Elaborar guías o manuales administrativos y financieros con el objetivo de dar a conocer los procedimientos internos de la asociación.

2.3. PUBLICO OBJETIVO

- Geográficas: jóvenes de institutos públicos y se limitará al Departamento de Guatemala, ciudad de Guatemala.
- Demográficas: El destino lo constituyen jóvenes de 15 a 22 años de edad, que cursan el nivel básico y de carrera en institutos públicos de la ciudad capital de Guatemala.
- Psicográficas: jóvenes que actualmente se encuentra en proceso de deserción escolar por falta de recursos económicos para continuar con su proceso de formación.

2.4. MENSAJE

“DONAMOR CONTRIBUYENDO AL DESARROLLO INTEGRAL DE LA NIÑEZ Y ADOLESCENCIA”

2.5 ESTRATEGIAS Y ACCIONES

2.5.1 Estrategia 1

Establecer un canal de comunicación adecuado para informar a voluntarios y socios donantes sobre actividades de la Asociación.

ACTIVIDAD	
¿A qué estrategia corresponde esta acción?	Contar con un canal de comunicación para informar a voluntarios y socios donantes sobre las actividades de la asociación.
Problema	Inexistencia de una comunicación efectiva de doble vía
Objetivo comunicacional	Facilitar la comunicación sobre las diferentes actividades que realiza la asociación
Tipo de mensaje	Informativo
Público objetivo	Voluntarios y socios donantes
Medio de difusión	Redes sociales

Acciones

- Efectuar llamadas telefónicas a los voluntarios y socios donantes, para establecer que medios poseen a su alcance para informarse de las actividades de DONAMOR.
- Preparar reunión de voluntarios y socios donantes para establecer y definir el medio de comunicación adecuado para informarles de las actividades de DONAMOR

2.5.2 Estrategia 2

Diseñar y redactar boletines internos

ACTIVIDAD	
¿A qué estrategia corresponde esta acción?	Diseñar, redactar y publicar boletines internos.
Problema	No existe un medio de comunicación que informe sobre las diferentes actividades de la asociación.
Objetivo comunicacional	Informar e incentivar la participación a las diferentes actividades que realiza DONAMOR
Tipo de mensaje	Informativo
Público objetivo	Personal administrativo, voluntarios y socios donantes
Medio de difusión	Digital y escrito

Acciones

- Recopilar material informativo para diseñar e informar a través de boletines internos las actividades que se realicen en la asociación.
- Compartir los boletines con voluntarios y socios donantes.
- Realizar boletines mensuales, trimestrales o semestrales con temas relevantes a fines a los objetivos de la asociación.

2.5.3 Estrategia 3

Elaborar una cartelera informativa con información de interés y relevante de -DONAMOR

ACTIVIDAD	
¿A qué estrategia corresponde esta acción?	Elaboración de una cartelera informativa.
Problema	No existe un cartel anunciador que informe de manera atrayente y ordenada.
Objetivo comunicacional	Dar a conocer las actividades relevantes de -DONAMOR-.
Tipo de mensaje	Informativo
Público objetivo	Personal administrativo, voluntarios y socios donantes
Medio de difusión	Espacios visibles, paredes

Acciones

- Ubicar un punto visible y estratégico para la cartelera informativa.
- Colocar boletines actualizados en la cartelera.
- Presentar el calendario de actividades mensuales de DONAMOR en la cartelera.
- Recortar y difundir noticias que hayan publicado los medios de comunicación
- Colocar reconocimientos y menciones honoríficas de la entidad.
- Colocar información q importante y relevante para el logro de los objetivos institucionales.

2.5.4 Estrategia 4

Actualizar la misión, visión y valores de la asociación

ACTIVIDAD	
¿A qué estrategia corresponde esta acción?	Definir la filosofía institucional de la asociación
Problema	No contar con una misión, visión y valores definidos
Objetivo comunicacional	Definir y fortalecer la filosofía institucional de DONAMOR
Tipo de mensaje	Persuasivo
Público objetivo	Personal administrativo, voluntarios y socios donantes.
Medio de difusión	Espacios visible

Acciones

- Identificar hacia donde se dirige la institución y la certeza del cumplimiento de los fines para los cuales se ha establecido.
- Ponderar el propósito de la institución, la exigencia social del proyecto y sus valores institucionales.
- Presentar proyecto de actualización de la misión, visión y valores de DONAMOR, acorde a los fines establecidos en su constitución.

2.5.5. Estrategia 5

Posicionar estratégicamente la misión, visión y valores en las oficinas de DONAMOR

ACTIVIDAD	
¿A qué estrategia corresponde esta acción?	Posicionar estratégicamente la filosofía institucional
Problema	Inexistencia de tener en un lugar visible la misión, visión y valores
Objetivo comunicacional	Construir una relación de identidad y confianza, para la mejora del clima laboral.
Tipo de mensaje	Persuasivo
Público objetivo	Personal administrativo, voluntarios y socios donantes.
Medio de difusión	Espacios visible

Acciones

- Requerir a un profesional el diseño del arte de la misión, visión y valores.
- Autorizar la impresión del arte en material acrílico, respecto a la misión, visión y valores.
- Colocar estratégicamente la misión, visión y valores en las instalaciones de DONAMOR

2.5.6. Estrategia 6

Rediseño del logotipo de DONAMOR

ACTIVIDAD	
¿A qué estrategia corresponde esta acción?	Rediseñar un logotipo para la asociación
Problema	Logotipo actual está diseñado con carga visual de colores.
Objetivo comunicacional	Lograr un logotipo que transmita el objetivo principal de la asociación con menos carga visual.
Tipo de mensaje	Informativo y persuasivo
Público objetivo	Personal administrativo voluntarios y socios donantes
Medio de difusión	Formato digital

Acciones

- Requerir a un profesional el análisis semiológico de la imagen del logotipo
- Autorizar el diseño del logotipo conforme la praxis actual de la entidad.
- Que el logotipo actualizado establezca la misión visión y valores actualizados de la entidad DONAMOR

2.5.7 Estrategia 7

Actualizar base de datos de voluntarios y socios donantes

ACTIVIDAD	
¿A qué estrategia corresponde esta acción?	Actualización de base de datos de voluntarios y socios donantes
Problema	No contar con una base real para poder minimizar tiempo y costo
Objetivo comunicacional	Lograr una comunicación efectiva
Tipo de mensaje	Informativo
Público objetivo	Voluntarios y socios donantes
Medio de difusión	Digital

Acciones

- Efectuar llamadas telefónicas a voluntarios, socios y donantes para actualizar la base de datos con información de interés para la entidad (nombre completo, contacto telefónico, celular, correo electrónico).
- Preparar reunión con voluntarios y socios donantes para comunicar las estrategias de comunicación y fidelización para con la entidad.

2.5.8 Estrategia 8

Diseñar hojas membretadas, para las comunicaciones de la entidad

ACTIVIDAD	
¿A qué estrategia corresponde esta acción?	Elaborar hojas membretadas
Problema	Inexistencia de imagen institucional
Objetivo comunicacional	Agregar valor a la imagen institucional
Tipo de mensaje	Mensaje cerrado
Público objetivo	Personal interno y externo
Medio de difusión	Formato digital e impreso

Acciones

- Requerir a un profesional, el diseño del membrete, que incluya el logotipo, dirección física y, electrónica, todo a full color.
- Autorizar la impresión de las hojas con membrete y su entrega a la entidad.

2.5.9 Estrategia 9

Realizar una guía teórico-práctica administrativa y financiera procesos internos de la institución.

ACTIVIDAD	
¿A qué estrategia corresponde esta acción?	Elaboración de una guía administrativa y financiera
Problema	Inexistencia de procesos establecidos
Objetivo comunicacional	Dar a conocer las directrices o procesos generales de la asociación
Tipo de mensaje	Informativo
Público objetivo	Administrativo , voluntarios y socios doantes
Medio de difusión	Formato digital e impreso

Actividades

- Plantear la filosofía de la gestión de riesgos, definir su alcance y el valor que añade a la entidad.
- Establecer reglas generales de conducta, obligaciones generales y comportamiento ético.
- Lineamientos generales para el control y funcionamiento de la caja chica
- Lineamientos específicos de control interno
- Aspectos tributarios de las cuentas bancarias abiertas a nombre de la entidad DONAMOR y preparación de las conciliaciones bancarias.
- Riesgos probables de lavado de dinero u otros activos, financiamiento del terrorismo y el control interno en las donaciones
- Control interno en los inventarios, registros contables.

CAPITULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1. PROYECTO DESARROLLADO

“Estrategias para fortalecer la imagen institucional en Asociación Donamor”

3.1.1. Financiamiento

El total del presupuesto establecido para la implementación de las estratégicas definidas para la entidad DONAMOR, fueron financiadas por el epesista.

3.1.2. Presupuesto ejecutado:

Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo total	Financiamiento
1	Diseño de arte para hojas membretadas	Q150.00	Q150.00	Epesista
1	Cartelera informativa	Q300.00	Q300.00	Epesista
500	hojas membretadas a full color	Q1.25	Q400.00	Epesista
1	Diseño y diagramación de boletín interno	Q500.00	Q500.00	Epesista
20	Refacciones para voluntarios, socios Donantes y directivos	Q32.50	Q650.00	Epesista
1	Realización e impresión de guías administrativas y financieras	Q3,500.00	Q3,500.00	Epesista
3	Artes y acrílicos para misión, visión y valores	Q600.00	Q1,800.00	Epesista
	Asesoría Comunicacional	Q15,000.00	Q15,000.00	Epesista
	Total		Q22,300.00	Q22,300.00

3.1.3. Beneficiarios

Voluntarios, socios y donantes de la entidad DONAMOR

3.1.4. Recursos Humanos:

Personal	Cargo	Actividad
Licda. Ángela Hochstrasser-Keller	Presidenta Junta Directiva Asociación DONAMOR	Actualización de la filosofía institucional
Lic. Samuel Santos	Director Junta Directiva Asociación DONAMOR	Coordinación y autorización de la guía administrativa y financiera.
Licda. María Oliva	Coordinadora de Proyectos Asociación DONAMOR	Coordinación y autorización de las estrategias, supervisó y autorizó los productos realizados.
Licda. Norma Joj	Licenciada en Ciencias de la Comunicación	Fotografías de actividad "Día del voluntario".
Bathseba Ceballos	Epesista	Apoyo en actividades varias.
Hiliana Núñez	Diseñadora Grafica	Propuesta de rediseño de logotipos, artes de filosofía institucional, diseño de plantilla para hojas membretadas, diseño de plantilla para boletín interno.

3.1.5. Áreas Geográficas de Acción

Sede de DONAMOR, ubicada en 12 calle 31-23 zona 7 colonia Centroamérica, ciudad Guatemala, departamento de Guatemala.

3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

3.2.1 Estrategia 1

Establecer un canal de comunicación adecuado para informar a voluntarios y socios donantes sobre actividades de la Asociación

Objetivo comunicacional:

Facilitar la comunicación sobre las diferentes actividades que realiza la asociación.

Descripción

- Efectuar llamadas telefónicas a los voluntarios y socios donantes, para establecer que medios poseen a su alcance para informarse de las actividades de DONAMOR.
- Preparar reunión de voluntarios y socios donantes para establecer y definir el medio de comunicación adecuado para informarles de las actividades de DONAMOR

Acciones desarrolladas:

- Respecto a una base de datos existente de voluntarios y socios donantes de DONAMOR, se efectuaron llamadas telefónicas para actualizar la información general de contacto y confirmar el medio de comunicación idóneo que utilizan para informarse de las actividades de DONAMOR.
- Se efectuó convocatoria para participar en una convivencia denominada “Día del Voluntario”, en la cual se definió el medio a utilizar para informar y comunicar las diferentes actividades que realiza DONAMOR.

Imágenes del trabajo realizado en la actividad “Día del voluntario”



Bienvenida de voluntarios y socios donantes a la actividad “Día del voluntario”, dirigido por Epesista Lilian Guzmán.



Socialización de los canales de comunicación, para informar de las diferentes actividades de –DONAMOR-. Proyecto a cargo epesista Lilian Guzmán.

3.2.2. Estrategia 2

Diseñar y redactar boletines internos

Objetivo institucional:

Informar e incentivar la participación a las diferentes actividades que realiza DONAMOR.

Descripción:

- Recopilar material informativo para diseñar e informar a través de boletines internos las actividades que se realicen en la asociación.
- Compartir los boletines con voluntarios y socios donantes.
- Realizar boletines mensuales, trimestrales o semestrales con temas relevantes a fines a los objetivos de la asociación.

Actividades desarrolladas

- Se diseñó y se redactó el primer boletín interno, colocando información de las diferentes actividades que realizó DONAMOR de los meses de enero a junio.
- Los boletines fueron compartidos a través del correo electrónico que se posee de voluntarios, socios y donantes, con la finalidad de dar a conocer e incentivar a ser parte de las diferentes actividades altruista que se realizan en la asociación.
- Se ha recomendado realizar boletines informativos de forma trimestral. Para el efecto, fue entregado oportunamente las plantillas que facilitan el ingreso de información para su divulgación.

Imágenes del diseño del primer boletín informativo:



Portada del boletín informativo, publicado en julio del 2018, primeras notas con Información de los talleres –Conviva-Proyecto a cargo de epesista Lilian Guzmán



Actividad de beneficios realizados a los dignificados del volcán de fuego. Proyecto a cargo por epesista Lilian Guzmán.

3.2.3 Estrategia 3

Elaborar una cartelera informativa con información de interés y relevante de -DONAMOR-

Objetivo comunicacional:

Dar a conocer las actividades relevantes de –DONAMOR-.

Descripción

- Ubicar un punto visible y estratégico para la cartelera informativa.
- Colocar boletines actualizados en la cartelera.
- Presentar el calendario de actividades mensuales de DONAMOR en la cartelera.
- Recortar y difundir noticias que hayan publicado los medios de comunicación
- Colocar reconocimientos y menciones honoríficas de la entidad.
- Colocar información q importante y relevante para el logro de los objetivos institucionales.

Acciones desarrolladas

Se solicitó la elaboración de una base de material de corcho y madera para la cartelera, adicionalmente se ha requerido un espacio estratégico para colocarla al público y que pueda accederse con suma facilidad. Finalmente se ha recomendado considerar en su preparación la siguiente información:

**Imágenes de la ubicación de la cartelera informativa en
-DONAMOR-**



Entrega de cartelera informativa a la Licda. María Oliva, colocada estratégicamente al ingreso de las oficinas de -DONAMOR-, espacio de espera para el público externo que lo visita y vía peatonal administrativa. Por epesista Lilian Guzmán

3.2.4. Estrategia 4

Actualizar la misión, visión y valores de la asociación

Objetivo comunicacional

Definir y fortalecer la filosofía institucional de DONAMOR.

Descripción

- Identificar hacia donde se dirige la institución y la certeza del cumplimiento de los fines para los cuales se ha establecido.
- Ponderar el propósito de la institución, la exigencia social del proyecto y sus valores institucionales.
- Presentar proyecto de actualización de la misión, visión y valores de DONAMOR, acorde a los fines establecidos en su constitución.

Actividades desarrolladas

- Se revisó y analizo con la Licenciada Maria Oliva y el Licenciado Samuel Santos, la filosofía institucional, para establecer la proyección social y los nuevos retos de la asociación, basados en las interrogantes: ¿Qué queremos?, ¿Quiénes somos?, ¿hacia dónde vamos?, y ¿Cómo debemos hacerlo?
- La actualización de la filosofía institucional fue autorizada por el comité de la Asociación, para preparar el diseño del arte e imprimir en material acrílico la misión, visión y valores institucionales, que fueron entregados oportunamente en las instalaciones de DONAMOR.

Imágenes de contenido y diseño de la nueva filosofía institucional –DONAMOR-



VISIÓN

Que los niños, niñas y adolescentes cuenten con ambientes adecuados para su desarrollo integral alcanzando una vida digna y plena, establecida y reconocida por la sociedad.



@EPS - Promovemos la equidad y el desarrollo integral de la niñez y adolescencia



MISIÓN

Asociación Donamor es una organización civil, guatemalteca, que implementa programas de desarrollo integral y prevención de violencia dirigidos a la niñez y adolescencia en riesgo social, mejorando su calidad de vida para romper ciclos de violencia y pobreza.



@EPS - Promovemos la equidad y el desarrollo integral de la niñez y adolescencia



Valores

- Trabajamos con transparencia, honestidad y excelencia.
- Promovemos la equidad y dignidad del ser humano.
- Nos basamos en el respeto a cada persona como creación de Dios, sin discriminación alguna.



@EPS - Promovemos la equidad y el desarrollo integral de la niñez y adolescencia

3.2.5 Estrategia 5

Posicionar estratégicamente la misión, visión y valores en las oficinas de DONAMOR

Objetivo comunicacional:

Construir una relación de identidad y confianza, para la mejora del clima laboral.

Descripción

- Hacer la entrega de acrílicos de la filosofía institucional y posicionarlos en un lugar estratégico dentro de las instalaciones de –DONAMOR–.

Acciones desarrolladas

La filosofía institucional fue instalada dentro de las oficinas de la asociación, espacio

Imágenes y fotografías



**Entrega a Donamor de la filosofía institucional recibida por el Lic. Samuel Santos.
Elaborado por epesista Lilian Guzmán.**

3.2.6. Estrategia 6

Rediseño del logotipo de DONAMOR

Objetivo comunicacional:

Lograr un logotipo que transmita el objetivo principal de la asociación con menos carga visual.

Descripción

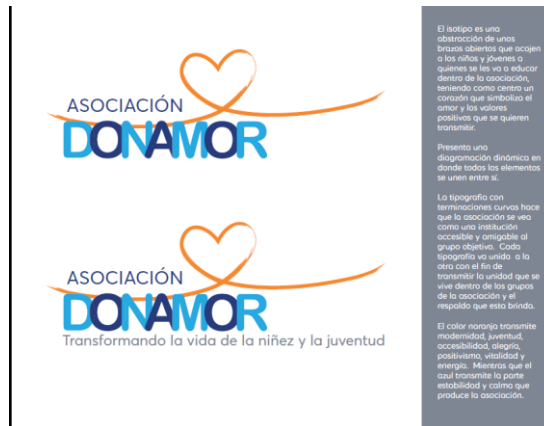
- Requerir a un profesional el análisis semiológico de la imagen del logotipo
- Autorizar el diseño del logotipo conforme la praxis actual de la entidad.
- Que el logotipo actualizado establezca la misión visión y valores actualizados de la entidad DONAMOR

Actividades desarrolladas:

Con el asesoramiento de un diseñador gráfico se plantearon varios escenarios para la implementación de un nuevo logotipo que materialice los objetivos comunicacionales trazados. Los artes fueron presentados a la Junta Directiva de DONAMOR, quienes después de un consenso acordaron que derivado de los proyectos recién lanzados, no era factible un cambio repentino y optaron por conservar el antiguo logotipo.

Finalmente brindaron las razones por escrito, las que se adjuntan al documento, entregando los artes en formato digital para que en su oportunidad puedan nuevamente presentarlos para su aprobación y publicación.

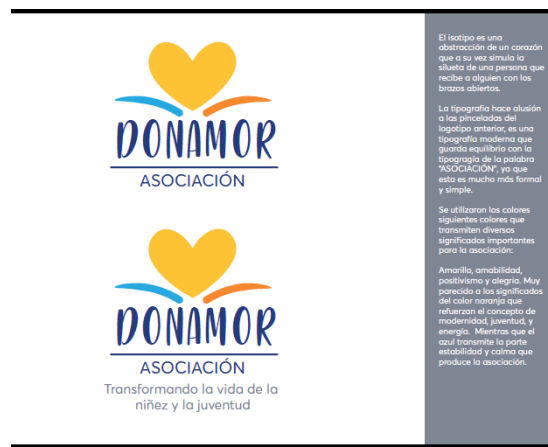
Propuestas de logotipo, proyecto a cargo por epesista Lilian Guzmán



Primer diseños de arte presentado a DONAMOR.



Segundo diseño de arte presentado a DONAMOR.



Tercer diseño de arte presentado a DONAMOR.

3.2.7. Estrategia 7

Actualizar base de datos de voluntarios y socios donantes.

Objetivo comunicacional

Lograr una comunicación efectiva

Descripción

- Efectuar llamadas telefónicas a voluntarios, socios y donantes para actualizar la base de datos con información de interés para la entidad (nombre completo, contacto telefónico, celular, correo electrónico).
- Preparar reunión con voluntarios y socios donantes para comunicar las estrategias de comunicación y fidelización para con la entidad.

Actividades desarrolladas

- Se actualizó la base de datos de voluntarios, socios donantes, a través de llamadas telefónicas a los números que se poseían, lo que permitió actualizar la información general.
- Se realizó actividad de convivencia con voluntarios, socios donantes denominada “Día del Voluntario”, en la que se proyectaron avances de las actividades realizadas de la asociación, videos de entrevistas realizadas a estudiantes del Instituto Zapata jornada vespertina para el fortalecimiento del programa de apadrinamiento que promueve DONAMOR. Al respecto se logró una comunicación más directa con el público objetivo incentivando la participación en los diferentes proyectos que se efectúan a beneficio de la juventud.

Imágenes y fotos

BASE DE DATOS, para depurar
VOLUNTARIOS ASOCIACIÓN DONAMOR

No.	NOMBRE	TIPO DE APOYO	EDAD	TELEFONO
1	Marvin y Iorena Luna	voluntarios	31	53532020
2	Melissa Cocongua	Voluntario		59234082
3	Mario Ruano	Voluntario		
4	Byron Perez	Donante	43	51669230
5	Gloria Santos	donante	39	54419603
6	Ma. Victoria Mendizabal	voluntario		41082185
7	Evelyn Acuña de De León	voluntario/donante	26	47686410
8	Dana y Damaris Craft	Secretaria junta directiva		46329422
9	Marisol rodas	voluntario/donante	38	40996464
10	Marlon fuentes	donante		42209504
11	Gustavo de Leon	voluntario		41545454
12	Angela hochstrasser-keller	presidenta junta directiva		41825104
13	Estefan Hochstrasser	Vocal junta directiva		41718786
14	Luis Tecun	donante		55218023
15	yesenia Mendez de Dubon	tesorera junta directiva		59471075
16	angel dubon	Voluntario		
17	Isabel Rodriguez	Voluntario		54138861
18	Antonio Perez	Voluntario		53196657
19	Veronica Ovando	Voluntario		52043699
20	Monica Molina	Voluntario		59518740
21	Ester Sian	Voluntario		53542616
22	Erick Alonzo	Voluntario		55659009
23	Rosario de Israel	Voluntario		23350682
24	Claudia Hernández	Voluntario		42896034
25	Héctor Aguilar	Voluntario		53512249
26	Josué de León	Voluntario		57177045
27	Luis Ajucum	Donante		51154654
28	Marleni Cermeño de Santos	Voluntario		55623629
29	Marta Luisa Santos	Voluntario		24406370
30	Patty Reyes	Voluntario		
31	Nohelia Quevedo	Voluntario		54387200
32	Leslie Monzón	Voluntario		55498450
33	Silvia Dubón	voluntario/donante		50180033
34	Walter Uz	Voluntario		30508330
35	Jesica Paredes de Gonzalez	Voluntario		56974482
36	Elias Scaja	voluntario		42615957
37	ernestina Coquix	donante		53391147
38	Estefany de perez	voluntaria		56146863
39	Herberth Vega	voluntario		41287824
40	Alejandro Santos	voluntario		51306100
41	Lester santos	voluntario		47144656
42	Alex Santos	voluntario		40362723
43	Jonhy Oliva	voluntario		56150334

**Listado de la base actualizada de voluntarios y socios donantes.
Realizado por epesista Lilian Guzmán**

3.2.8 Estrategia 8

Diseñar hojas membretadas, para las comunicaciones de la entidad.

Objetivo comunicacional:

Agregar valor a la imagen institucional.

Descripción

- Requerir a un profesional, el diseño del membrete, que incluya el logotipo, dirección física y, electrónica, todo a full color.
- Autorizar la impresión de las hojas con membrete y su entrega a la entidad.

Actividades desarrolladas

Con asesoramiento profesional de un diseñador gráfico se realizó el arte para impresión de 500 hojas membretadas a full color, que refuerzan la imagen institucional.

Imágenes y fotos



ASOCIACIÓN INTEGRAL ALTRUISTA DONANDO AMOR

(507) 21954531
(507) 91778882

www.donamor.org
info@donamor.org

Hoja con membrete de DONAMOR
Rediseño de hoja membretada realizado por
Epesista Lilian Guzmán

3.2.9 Estrategia 9

Realizar una guía teórico-práctica administrativa y financiera procesos internos de la institución.

Objetivo comunicacional:

Dar a conocer las directrices o procesos generales de la asociación

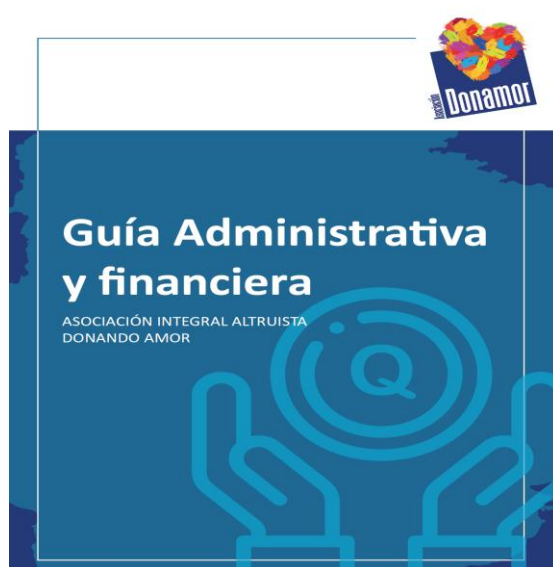
Descripción

- Plantear la filosofía de la gestión de riesgos, definir su alcance y el valor que añade a la entidad.
- Establecer reglas generales de conducta, obligaciones generales y comportamiento ético.
- Lineamientos generales para el control y funcionamiento de la caja chica
- Lineamientos específicos de control interno
- Aspectos tributarios de las cuentas bancarias abiertas a nombre de la entidad DONAMOR y preparación de las conciliaciones bancarias.
- Riesgos probables de lavado de dinero u otros activos, financiamiento del terrorismo y el control interno en las donaciones
- Control interno en los inventarios, registros contables.

Acciones desarrolladas:

Se preparó guía administrativa y financiera, con procesos internos que ejecuta la asociación. Al respecto fue consensuada y autorizada por la junta directiva de DONAMOR y servirá de consulta y apoyo para el desarrollo de las actividades de la Asociación y como medio para sustentar sus donaciones provenientes del extranjero.

Imágenes y fotos:



Portada de la guía administrativa y financiera realizada para DONAMOR. Proyecto realizado por Lilian Guzmán

Tabla de contenido

Introducción	4
Aspectos generales para fomentar la ética	5
Reglas generales de conducta, obligaciones generales y comportamiento ético	6
Cumplimiento de las leyes del país y normas internas	6
Respeto a los derechos fundamentales	6
Relación mutua entre Colaboradores	6
Relación de DONAMOR para sus colaboradores	7
Actividades políticas y religiosas	8
Medio Ambiente	8
Utilización de activos	8
Fraudes y denuncias	9
Conflicto de interés	9
Registros contables	9

Imagen del índice de la guía administrativa y financiera realizada para –DONAMOR-. Por epesista Lilian Guzmán

Salud y seguridad ocupacional	9
Difusión de información	9
Confidencialidad y uso de la Información	9
Funcionamiento y control de caja chica	10
Principios del control interno	15
Conciliaciones bancarias	17
Aspectos tributarios de las cuentas bancarias abiertas a nombre de DONAMOR	20
Prevención del lavado de dinero u otros activos	21
Riesgos de lavado de dinero y financiamiento del terrorismo en una asociación	22
Control interno de las donaciones	23
inventarios	25
Procedimientos contables para el registro de donación	26
Bibliografía	28

**Imagen de índice de guía administrativa
Y financiera de –DONAMOR-. Por epesista
Lilian Guzmán**

3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	MESES											
	M A Y O				J U N I O				J U L I O			
	SEMANAS											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA												
Establecer una base de datos de voluntarios y socios donantes.		■										
Elaborar una cartelera informativa para mantener en un punto visible estratégicamente información de interés y relevante de DONAMOR.			■									
Actualizar la misión, visión y valores de la asociación.				■	■							
Rediseño de logotipo de DONAMOR.						■	■					
Diseñar y redactar boletines internos.								■				
Establecer un canal de comunicación adecuado para informar a voluntarios y socios donantes sobre actividades de la Asociación.									■			
Realizar un manual financiero para que voluntarios conozcan los procesos internos y el destino de las donaciones.									■	■		
Diseñar hojas membretadas.										■		
Posicionar estratégicamente la misión, visión y valores en las oficinas de DONAMOR.										■		

Fuentes: <https://es.ccm.net/contents/580-diagrama-de-gantt>

3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO

Estrategia	Indicadores cuantitativos (participación)	Indicadores cualitativos (comentarios u opiniones)
Establecer un canal adecuado de comunicación que facilite informar las diferentes actividades que realiza la Asociación.	Se realizaron 40 llamadas telefónicas, logrando contactar conforme la base de datos interna a 30 voluntarios	-El medio más accesible para informarme de las actividades son las redes sociales (watsApp y Facebook) -En el Facebook es donde veo información de DONAMOR.
Diseñar y redactar boletines internos	Plantilla de 3 hojas para el boletín informativo.	-Mantener informados a voluntarios y socios donantes sobre diferentes las actividades.
Elaboración de cartelera informativa	Cartelera elaborada de corcho y madera.	-Facilitara colocar información de importancia-
Actualizar la misión, visión y valores de DONAMOR	Realización de reuniones de trabajo con personal de –DONAMOR-.	Quedo mejor definida a los objetivos de la Asociación.
Posicionar estratégicamente la misión, visión y valores en las oficinas de DONAMOR	Se entregaron 3 acrílicos de medidas 80 de largo por 70 de ancho.	Mejora de la imagen institucional.
Propuesta de rediseño de logotipo de DONAMOR	Se presentaron 7 propuestas de diseños del logo de la Asociación.	Los colores y diseños están más actualizados-
Actualizar base de datos de voluntarios y socios donantes	Se realizaron 40 llamadas telefónicas de las cuales 30 fueron satisfactorias.	Sí, estoy interesado o interesada de seguir apoyando como voluntario-
Diseño de arte e impresión de hojas membretadas	500 hojas full color membretadas.	Aportan imagen institucional.
Realizar una guía administrativa y financiera para que voluntarios conozcan los procesos internos y el destino de las donaciones.	Elaboración de guía administrativa y financiera de DONAMOR.	Fortalecerá currículo y presentación institucional a DONAMOR ante Donantes.

CONCLUSIONES

La Comunicación interna es una herramienta clave para brindar de manera estratégica información indispensable a través de canales que faciliten y refuercen la comunicación entre el recurso humano y la asociación.

Al utilizar los canales adecuados de comunicación y establecer una imagen institucional se generara mejoras en el clima organizacional y la identidad de los voluntarios y socios donantes con la asociación.

El presente documento fue realizado con la finalidad de contribuir al fortalecimiento de la imagen institucional de DONAMOR, y así aportar a la expansión dentro de la sociedad guatemalteca.

RECOMENDACIONES

Publicar información en la cartelera informativa y distribuir en los canales de comunicación establecidos los boletines con información relevante y de interés.

Informar sobre la guía administrativa y financiera con voluntarios, socios donantes y personal de DONAMOR, actualizando el mismo conforme vayan surgiendo más aplicaciones que contribuyan al buen funcionamiento.

Informar sobre la importancia de conocer la filosofía empresarial en la instalación de DONAMOR, lo cual fortalecerá la imagen e identidad institucional.

Se recomienda realizar actividades de convivencia con los voluntarios y socios donantes para fortalecer los lazos de amistad, esto contribuirá a fortalecer la comunicación, y creará vínculos para seguir realizando con éxito las diferentes actividades altruistas que DONAMOR realiza.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Acrílico

Fibra o material plástico, que se obtiene por polimerización del ácido acrílico.

Altruista

Diligencia en procurar el bien ajeno aun a costa del propio.

Análisis de comunicación

Método de investigación cuantitativa y cualitativa se recaban, examinan y analizan datos relacionados con la población, salud, aspectos socioculturales, política, economía y medios de comunicación.

Apéndice

Cosa adjunta o añadida a otra, de la cual es como parte accesorio o dependencia.

Boletín informativo

Publicación distribuida de forma regular, centrada en temas principales, información de interés de una organización.

Clima Organizacional

Ambiente generado por las emociones de los miembros de un grupo u organización.

Codificar

Hacer o formar un cuerpo de leyes metódico y sistemático.

Conciliación bancaria

Proceso de control entre los registros contables de una empresa y los movimientos de su cuenta

Consensuar

Llegar a un consenso, adoptar una decisión de común acuerdo entre dos personas o más.

Cronograma

Calendario de trabajo.

Diagnostico

Recoger y analizar datos para evaluar problemas de diversa naturaleza.

Difundir

Extender o propagar algo.

Diseñador grafico

Profesional cuya actividad consiste en proyectar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes, específicos a grupos sociales, con objetivos determinados.

Divulgar

Hacer que un hecho, una noticia, una lengua, un conjunto de conocimientos, llegue a conocimiento de muchas personal.

Donante

Persona que dona algo voluntariamente.

Estrategias de comunicación

Enfoque de la comunicación social, herramienta de planificación que sistematiza de manera global, integral y coherente los objetivos generales de una organización.

Filosofía institucional

Ideología de la institución, declaración de principios y misión, describe postura y compromiso que tiene una organización.

Fomentar

Promover, impulsar o proteger algo.

Fortalecer

Hacer algo o a alguien más fuerte.

Guía

Cualquier cosa que rige u orienta, vigila u observa, tratado en que se dan preceptos o normas

Imagen institucional

Diseño aceptado de lo que una compañía significa,

Indicadores

Que indica o sirve para indicar.

Logotipo

Artes gráficas formadas por imágenes o letras que sirven para identificar una empresa, marca o institución.

Misión institucional

Propósito o razón de ser de una empresa.

Plantilla

Plano reducido, o porción del plano total de una obra

Proyección social

Función sustantiva de una empresa su finalidad es propiciar y establecer procesos permanentes de interacción e integración con agentes y sectores sociales.

Recopilación

Compendio, resumen o reducción breve de una obra o un discurso.

Valores institucionales

Principios éticos sobre los que se asienta la cultura de una empresa y nos permite crear pautas de comportamiento.

Visión institucional

Es el objetivo al que una organización desea llegar en un futuro, expectativa ideal de lo que quiere lograr.

Voluntariado

Trabajo de las personas que sirven a una comunidad o medio ambiente por decisión propia y libre sin paga alguna.

BIBLIOGRAFIA

- Hernández, Fernández y Baptista (2006) Metodología de Investigación
- Ley Contra el Lavado de Dinero u Otros Activos, Decreto 67-2001 del Congreso de la República de Guatemala, 2001.
- Piloña, G. (2017). Guía Práctica sobre Métodos y Técnicas de Investigación Documental y de campo.

EGRAFIA

- Metodología de la investigación. Sampieri. Disponible en:
https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf
- Diccionario de la Real Academia de Lengua Española. Disponible en:
<http://dle.rae.es/?w=diccionario>
- La comunicación en la empresa, Bloque 1. Disponible en:
https://edebe.com/educacion/documentos/830030-0-529-830030_LA_CEAC_CAS.pdf.
- Aporte Contable a la detección del lavado de activos. Capítulo IV.. Disponible en <http://respondanet.com>.

ANEXOS

Fotografías de las diferentes actividades que se desarrollaron en el proyecto de EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Proyecto a cargo de la epeista Lilian Guzmán



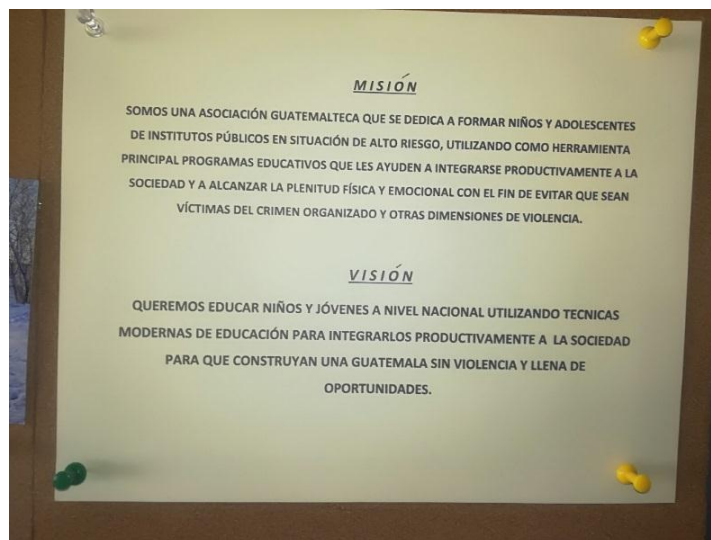
**Primera reunión de bienvenida y presentación de trabajo
A realizar a Directiva de Donamor. Por epeista Lilian Guzmán**



**Oficinas de Donamor, al salir la
primera reunión. Epeista Lilian Guzman**



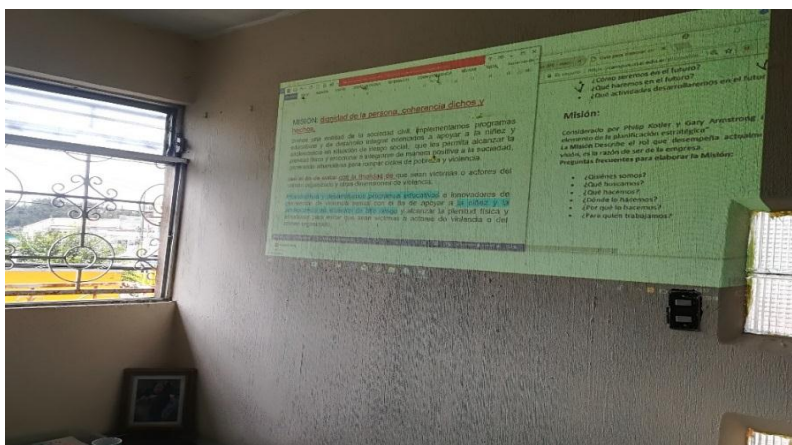
Primera visita a Donamor, imágenes de las instalaciones. Por Lilian Guzman



Filosofía insitucional encontrada. Por epesista Lilian Guzman



Reunión para analizar la filosofía Institucional con personal De Donamor. Realizado por epesista Lilian Guzman



Analizando misión, visión y valores de Donamor. Realizado por epesista Lilian Guzman



Revisión de estrategias comunicacionales propuestas con Personal de Donamor. Proyecto realizado por epesista Lilian Guzman



Participación de presentación del Programa juventud y sexualidad. Proyecto realizado por epesista Lilian Guzmán



**Día de trabajo, planeación y ejecución de proyectos de Donamor.
Proyecto realizado por epesista Lilian Guzman**



**Actividad "Día del voluntario", coffee break. Realizado por epesista
Lilian Guzman**



Encuesta

Nombre: _____

Fecha: _____

1.- ¿Es voluntario o donante?

Donante Voluntario

2.- ¿Cuál es su antigüedad en Donamor?

Menos de 1 año
 2 años
 5 años o más

3.- En general, indicar ¿Cuál es su grado de satisfacción de la comunicación con Donamor?

Nada satisfecho
 Medio satisfecho
 Satisfecho
 Bastante satisfecho
 Muy satisfecho

4.- ¿Considera que la comunicación interna de Donamor a través de Facebook le favorece para conocer los servicios o actividades de la asociación?

Sí No Especifique

5.-Valore el interés que tienen las siguientes herramientas de comunicación: Califique de 1 a 5, siendo 1 la puntuación mínima y 5 la máxima.

Revista
 Internet (redes sociales)
 Boletín
 Comunicados internos
 Correo electrónico
 Cartelera informativa

6.- ¿Recuerda si Donamor ha realizado alguna campaña o actividad para fomentar la comunicación interna?

Sí No Especifique

7.- ¿La comunicación que le facilita DONAMOR logra que se sienta miembro activo y se comprometa al cumplimiento de los objetivos de está?

Sí No

8.- ¿Si contesto “No”, a la pregunta anterior, por favor responda lo siguiente. ¿A qué cree que se debe esto? marque las opciones que considere oportunas. (Puede ser más de una)

- Falta de claridad de la información
- Falta de un medio adecuado para trasladar la información
- (Reuniones, presentaciones, llamadas, correos, redes sociales etc.)
- Falta de comunicación constante
- Otro (por favor especifique)

9.- ¿Qué importancia considera que tiene para Donamor cada uno de estos valores? (siendo 1 “nada importante” y 5 “muy importante). (Puede seleccionar más de una)

- Las personas
- La integridad
- Innovación
- Transparencia
- Calidad
- Seguridad
- Respeto
- Desarrollo profesional

10.- ¿Tiene el mismo interés de pertenecer a DONAMOR desde que se integró como voluntario o donante?

- Si No Especifique



EPS
LICENCIATURA

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2018



Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Lilian Raquel Guzmán Barrientos
No. Carné y DPI: 199918619 - 1743 61947 0501
Jefe o Encargado (a): Licda. María Angelina Oliva Salazar, Coordinadora de Proyectos
Institución o Empresa: Asociación Integral Altruista Donando Amor –DONAMOR-
Supervisora de EPSL: Licda. Sandra Hernández

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 14 / Al: 18	Mayo	7	7	7	7	7	x	35 hrs.
2	Del: 21 / Al: 25	Mayo	7	7	7	7	7	x	35 hrs.
3	Del: 28 / Al: 31	Mayo	7	7	7	7	x	x	28 hrs.
4	Del: 01 / Al: 01	Junio	x	x	x	x	7	x	07 hrs.
5	Del: 04/ Al: 08	Junio	7	7	7	7	7	x	35 hrs.
6	Del: 11/ Al: 15	Junio	7	7	7	7	7	x	35 hrs.
7	Del: 18/ Al: 22	Junio	7	7	7	7	7	x	35 hrs.
8	Del: 25/ Al:29	Junio	7	7	7	7	7	x	35 hrs.
9	Del: 02/ Al:06	Julio	7	6	6	6	6	x	31 hrs.
10	Del: 09/ Al:12	Julio	6	6	6	6	x	X	24 hrs.
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA ACUMULADAS									300 hrs.

(f)
Licda. María Angelina Oliva Salazar

Asociación Integral Altruista Donando Amor
www.donamorgt.org
Guatemala

(f)
Licda. Sandra Hernández, Supervisora