

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



**“ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA  
EN LA ASOCIACIÓN INTEGRAL ALTRUISTA DONANDO AMOR –DONAMOR-”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

**ERASMA BATHSHEBA CEBALLOS RODRÍGUEZ**

Previo a optar el título de:

**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**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



Guatemala, 10 de agosto de 2018.-

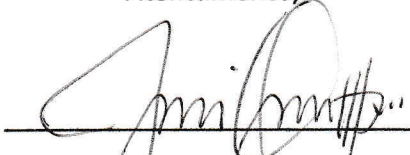
Lic. Luis Pedroza  
**Coordinador**  
*Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura*  
**Escuela de Ciencias de la Comunicación**  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Licenciado Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que: **Erasma Bathsheba Ceballos Rodríguez** con número de **carne: 200417460** y **CUI: 2611458860101**; 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 comunicación interna y externa en la Asociación Integral Altruista Donando Amor –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





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

Guatemala, 10 de octubre de 2018

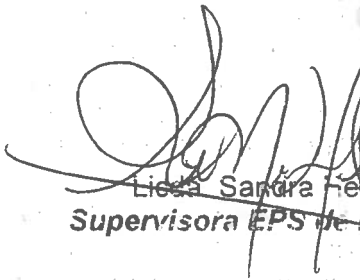
Estudiante  
Erasma Bathsheba Ceballos Rodríguez  
Carné: 200417460  
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC


De mi consideración:

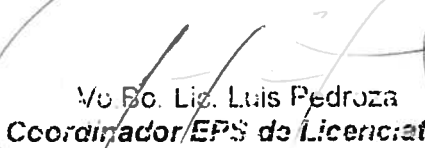
Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final de su Proyecto de EPS de Licenciatura con título: "ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA EN LA ASOCIACIÓN INTEGRAL ALTRUISTA DONANDO AMOR -DONAMOR-". El citado trabajo llena los requisitos de rigor del presente Programa, 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"**

  
Lidia Sandra Hernández  
Supervisora EPS de Licenciatura



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



**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](http://www.comunicacionusac.org)

**Para efectos legales, únicamente el autor  
es responsable del contenido de este trabajo.**

## ÍNDICE

<b>RESUMEN</b> .....	I
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	II
<b>JUSTIFICACIÓN</b> .....	III
<b>CAPÍTULO I</b>	
<b>1. DIAGNÓSTICO</b> .....	1
1.1. Objetivos del diagnóstico.....	2
1.1.1. Objetivo General .....	2
1.1.2. Objetivos Específicos.....	2
1.2. La institución: Asociación Integral Altruista Donando Amor –Donamor.....	2
1.2.1 Ubicación Geográfica.....	2
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas .....	3
1.2.3. Antecedentes o Historia .....	3
1.2.4. Departamentos o dependencias .....	7
1.2.5. Misión.....	7
1.2.6. Visión .....	7
1.2.7. Valores.....	7
1.2.8. Objetivos Institucionales .....	8
1.2.9. Público Objetivo .....	8
1.2.10. Organigrama .....	8
1.3. Metodología.....	9
1.3.1. Descripción del Método.....	9
1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección .....	9
1.3.3. Cronograma del Diagnóstico.....	12
1.4. Recopilación de datos .....	12
1.4.1. Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas .....	13
1.5. Radiografía de la institución .....	19
1.5.1. Fortalezas .....	19
1.5. 2. Oportunidades.....	19
1.5. 3. Debilidades .....	19

1.5.4. Amenazas .....	19
<b>CAPÍTULO II</b>	
<b>2. PLAN DE COMUNICACIÓN .....</b>	<b>20</b>
2.1. Antecedentes .....	20
2.2. Objetivos de comunicación.....	20
2.2.1. Objetivo General .....	20
2.2.2. Objetivos específicos .....	20
2.3. Público Objetivo .....	21
2.4. Mensaje .....	21
2.5. Estrategias y acciones.....	22
2.6. Cronograma .....	26
<b>CAPITULO III</b>	
<b>3. INFORME DE EJECUCION .....</b>	<b>27</b>
3.1. Proyecto desarrollado.....	27
3.1.1. Presupuesto y Financiamiento .....	33
3.1.2. Presupuesto ejecutado .....	34
3.1.3 Beneficiarios.....	34
3.1.4 Recursos humanos .....	34
3.1.5 Áreas geográficas en acción .....	35
3.2. Estrategias y acciones desarrolladas .....	36
3.3. Cronogramas de actividades.....	39
3.4. Control y seguimiento.....	40
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>42</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>43</b>
<b>GLORARIO DE TÉRMINOS .....</b>	<b>44</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>48</b>
<b>EGRAFÍA .....</b>	<b>48</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>49</b>

## RESUMEN

### **Nombre de la Institución:**

Asociación Integral Altruista Donando Amor –Donamor-

### **Nombre del Proyecto:**

“ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA EN LA ASOCIACIÓN INTEGRAL ALTRUISTA DONANDO AMOR –DONAMOR-“

### **Objetivos del Proyecto:**

#### **Objetivo General:**

- Desarrollar un plan de comunicación interna y externa.

#### **Objetivos Específicos:**

- Actualizar los canales de comunicación interna y externa.
- Realización de talleres para atención a medios de comunicación y protocolo.
- Fortalecer la imagen institucional.
- Fortalecer las Relaciones Públicas.
- Elaboración de productos comunicacionales para publicar en redes sociales y página web.
- Elaborar una base de datos de medios de comunicación.
- Implementación de Guía de Protocolo y Relaciones Públicas.

### **Sinopsis:**

Se realizó un plan de comunicación con sus estrategias y acciones para fortalecer la comunicación interna y externa en la Asociación Donamor y a conocer el trabajo que realiza a través de los distintos canales de comunicación entre ellos la página web redes sociales Facebook y Twitter, taller para atención a medios de comunicación e implementación de documentos a través de guías de Protocolo y Relaciones Publicas que fueron ejecutadas en la fase final del proyecto.



## INTRODUCCIÓN

La Asociación Integral Altruista Donando Amor –Donamor- trabaja en temas de prevención de violencia, con niños y adolescentes en situación de alto riesgo, utilizando como herramienta programas educativos, becas y trabajo comunitario acorde a las necesidades.

Al realizar el Diagnostico de comunicación interna y externa se logró detectar problemas comunicacionales que se dan dentro y fuera de la asociación, por ello el plan de comunicación interna y externa que se planteó en el presente trabajo se diseñó para responder a esas necesidades, estrategias que encontraran en el desarrollo del presente trabajo.

Realización de taller para atención a medios de comunicación y protocolo, base de datos de medios de comunicación, fortalecer contenido de las redes sociales Facebook y Twitter, actualización de información en la página web, implementación de guía de protocolo y guía de relaciones públicas de la asociación, elaboración e implementación de productos comunicacionales (videos y post), calendario editorial para el posicionamiento de temas afines en niñez y adolescencia.

En el informe de ejecución, se detalla la descripción y acciones de cada una de las estrategias propuestas y ejecutadas, asimismo el financiamiento para la ejecución, beneficiarios directos e indirectos, y el recurso humano que fue parte importante en el desarrollo y ejecución, también incluye la señalización del área geográfica de la acción, el cronograma de actividades, el control y seguimiento para la evaluación del presente trabajo.

## JUSTIFICACIÓN

La comunicación interna y externa se preocupa por la imagen que proyecta y la opinión que su público tiene de la organización, por lo que la comunicación es vital para su existencia y desarrollo, en ella se da el intercambio de mensajes entre integrantes y su público objetivo, al establecer una buena comunicación la organización fortalece la confianza credibilidad y prestigio ante su público.

Considerando que Asociación Donamor realiza una loable labor en favor de la niñez y adolescencia y su trabajo no ha sido reconocido por la falta de una estrategia de comunicación por ello la necesidad de realizar un diagnóstico para detectar los problemas comunicacionales y elaborar un plan de comunicación con sus estrategias diseñadas para dar una solución a sus necesidades.

La importancia de realizar el presente proyecto es un aporte para la Asociación Donamor que contribuya a mejorar y utilizar sus canales de comunicación tanto interna como externa.

## CAPITULO I

### 1. DIAGNÓSTICO

#### **“Diagnóstico de Comunicación externa de la Asociación Integral Altruista Donando Amor –DONAMOR-”**

El inmueble que alberga a la Asociación Donamor no cuenta con una rotulación que señale que esa es la sede, desaprovechando la oportunidad de encontrarse en un punto estratégico ya que es un lugar transitado como El Periférico, Avenida Centro América, Atanasio Tzul, Calzada San Juan entre otras, y pasa desapercibido.

La Asociación ha presentado proyectos interesantes en temas de prevención de violencia sin embargo no se han socializado en redes sociales Facebook y Twitter o no han incidido como referentes en el tema, debido a la falta de un plan estratégico de comunicación.

Han participado en eventos importantes con instituciones y organizaciones afines, pero no han logrado espacios importantes en los diferentes medios de comunicación masiva, por carecer de posicionamiento de marca institucional. (Como comunicados, bandera, precedencias con logotipo, boletines, relaciones públicas con medios de comunicación, entre otros elementos)

Las redes sociales carecen de actualizaciones constantes con temas del que hacer de la asociación e implementación de infografías con temas de interés para crear tráfico en las redes sociales Facebook y Twitter y así incrementar los seguidores y por ende que la población conozca a la asociación y despertar el interés en formar parte de la asociación como socios voluntarios o donantes para contribuir a la prevención de violencia.

Es evidente que carecen de manejo adecuado de redes sociales ya que saturan en algunos casos y en otros no realizan publicaciones para mantener actualizadas las redes sociales Facebook y Twitter que son los canales de información que actualmente cuentan. Aunado a ello mala calidad de fotografías.

## **1.1. Objetivos del diagnóstico:**

### **1.1.1 Objetivo general**

- Elaborar un diagnóstico de comunicación interna y externa de la Asociación Integral Altruista Donado Amor –Donamor-.

### **1.1.2. Objetivos específicos:**

- Analizar la existencia de productos comunicacionales.
- Verificar el manejo de las redes sociales de la Asociación.
- Examinar la existencia de documentos físicos en el área de Protocolo y Relaciones Publicas.
- Presentar un plan de comunicación interna y externa.

## **1.2 La institución:**

**Asociación Integral Altruista Donando Amor –Donamor-**

### **1.2.1 Ubicación Geográfica:**

12 calle 31-23 zona 7, Colonia Centro América, Guatemala, Guatemala.

### **1.2.2 Integración y alianzas estratégicas:**

Estratégicamente tiene alianza con World Visión, Planned Parenthood Global y Red de derivación del Modelo de Atención Integral –MAI- del Ministerio Público- MP-.

### **1.2.3 Antecedentes o historia**

Donamor es una Asociación que se constituyó en el año 2,006 con el nombre de “Asociación Integral Altruista Donando Amor”. 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 decidió tomar este enfoque de trabajo.

La necesidad de abordar adolescentes surge a partir de varios indicadores observados, entre ellos los altos índices de agresividad que manifiestan los estudiantes, la falta de motivación en la superación personal, muchos de ellos provienen de hogares disfuncionales en donde carecen de un ambiente familiar adecuado, sumidos en la tristeza, la baja autoestima, el dolor que viven en el día a día por la falta de la cobertura de sus necesidades básicas, como alimentos, salud, vivienda y protección.

Así fue como en el 2012 iniciamos desarrollando foros, charlas de superación, talleres y campamentos con estudiantes en el Instituto Normal Mixto Rafael Aqueche y Adrián Zapata, generando un impacto positivo. Estos centros educativos nos abrieron las puertas y posteriormente se unieron más establecimientos.

A partir del primer diagnóstico de necesidades, se decidió formar un Programa Completo que abarque los principales temas de liderazgo y empoderamiento para jóvenes.

El programa de “Convivencia y Valores” tiene como objetivo principal propiciar un ambiente sano y de convivencia pacífica que contribuya al desarrollo de las facultades y potencial de los jóvenes. Para ello interactuamos con tres grupos objetivo:

- Adolescentes de establecimientos públicos
- Educadores y Directores
- Padres o encargados de familia

El programa cuenta con talleres sistemáticos de recreación, charlas interactivas psicológicas con temáticas como: autoestima, identidad, relaciones humanas, entre otros y se desarrolla con una comisión integrada y guiada por docentes en coordinación con la Dirección de los planteles educativos y un representante de DONAMOR.

A lo largo de 6 años hemos capacitado a más de 15000 beneficiados. Para ello desarrollamos un grupo de profesionales expertos en las áreas de convivencia pacífica, incidencia comunitaria, emprendimiento, liderazgo, relaciones de pares, familia, equidad de género, salud sexual y reproductiva, cultura de paz, entre otros.

Buscamos con este programa despertar en los jóvenes el deseo firme de ser el protagonista de su propia historia y no víctimas de las circunstancias que les ha tocado vivir, que sean capaces de buscar oportunidades positivas, de vivir, amar, soñar y dar.

Beneficiarios 2012-2016

Se ha trabajado en establecimientos educativos de la ciudad de Guatemala, siendo estos Instituto Adrián Zapata, Rafael Aqueche, Instituto María Luisa Lanuza, Escuela Puerto Rico, Instituto Normal Centro América INCA, Maestras de Educación para el Hogar, Jesús mí camino II, Elizabeth Medrano se ha logrado alcanzar aproximadamente a 7,150 estudiantes, y la población total de docentes de cada establecimiento los cuales ascienden a 935 aproximadamente, 7,000 padres, madres y/o encargados de familia.

Entre las diversas actividades que se han llevado a cabo son: escuela para padres, madres y/o encargados de familia, capacitaciones para docentes, campamentos juveniles, conversatorios, foros, socio dramatizaciones, campañas de concientización, marchas de prevención de violencia, entre otras.

Becas Donamor

Un motivo recurrente por el cual los niños y adolescentes abandonan sus estudios es la falta de presupuesto de los padres para poder sufragar las necesidades mínimas como lo son comida y pasajes en transporte público hacia el centro educativo.

Muchos de los jóvenes se ven obligados a combinar horarios extendidos de trabajo y estudio para poder colaborar al sustento de sus hogares. Estas situaciones, entre otras, propician que los jóvenes sean un blanco perfecto para la formación e involucramiento en actos de vandalismo, distribución y consumo de drogas, realizar prácticas sexuales de alto riesgo que involucren contagios de infecciones de transmisión sexual y embarazos no deseados. Como consecuencia se genera un alto índice de deserción escolar y bajo rendimiento académico.

Por ello surge el programa de **Becas Donamor** el cual busca padrinos que puedan aportar mensualmente un monto de Q150.00 por alumno para apoyarles con sus "Pasajes" y evitar así que abandonen su educación por no poder transportarse hacia los establecimientos educativos.

Familias Fuertes y Crianza con Ternura

Estos programas tienen como fin establecer un lazo fuerte de comunicación entre padres de familia y adolescentes y evitar así conflictos que generen la desintegración familiar.

A través de dinámicas y talleres cerramos la brecha de comunicación que se forma en la época de la adolescencia. Como nuestros métodos son interactivos propiciamos un espacio en donde padres o encargados de familia y adolescentes, logran “ponerse en los zapatos del otro” y de esa manera formar un mejor lazo de comunicación.

Asociación Donamor forma parte de la Red de Derivación del Ministerio Público lo cual nos convierte en un referente en casos de padres en conflicto con la ley.

Otro aliado estratégico es World Visión y gracias a su apoyo trabajamos con la metodología de Crianza con Ternura.

### **Proyectos comunitarios**

Conscientes de la gran necesidad de la población que vive en situación de vulnerabilidad, fomentamos la participación ciudadana en proyectos de ayuda comunitaria en la capital y el interior de la república.

Estos proyectos consisten en apoyar a niños, niñas, madres solteras, viudas, ancianos, que evidencian carencias de los principales medios de sustento como, medicamentos, alimentos, vestimenta, útiles escolares a través de eventos como: Campañas de concientización sobre salud, educación, promoción de valores.

Fomentamos las alianzas estratégicas para compartir donaciones en especie de medicamentos, alimentos, ropa, calzado, implementos de higiene personal, este tipo de donaciones nos permiten realizar jornadas integrales que benefician a personas que viven en pobreza y pobreza extrema.

Donamor como parte del fortalecimiento de voluntarios y donantes invitan a que se sumen socios activos dando un aporte mensual, a voluntarios para que donen su tiempo y conocimiento para el programa de becas, eventos, o programas.



#### **1.2.4 Departamento o dependencia**

Dirección general

Coordinación de proyecto

Voluntarios

Donantes

#### **1.2.5 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.

#### **1.2.6 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.

#### **1.2.7 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.

## **1.2.8 Objetivos institucionales**

### **Objetivo General**

- Trabajar por una cultura de paz y prevención de la violencia

### **Objetivos específicos:**

- Fomentar el liderazgo juvenil y relación de pares
- Capacitar a maestros y padres de familia
- Disminuir la tasa de los embarazos en adolescentes
- Evitar que se involucren con el crimen organizado
- Disminuir el consumo y la distribución de drogas en los establecimientos
- Prevenir el acoso escolar
- Evitar rivalidades entre centros educativos
- Identificar e interrumpir los ciclos de violencia y pobreza dentro de la población estudiantil.

## **1.2.9 Público objetivo**

Niños, niñas, adolescentes y jóvenes.

## **1.2.10 Organigrama**

En la actualidad no cuentan con la misma ya que carecen de una estructura

### **1.3. Metodología:**

La metodología para la realización de la presente investigación fue descriptiva. Según Sampieri (1998),” los estudios descriptivos permiten detallar situaciones y eventos, es decir cómo es y cómo se manifiesta determinado fenómeno y busca especificar propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis”. p 60.

#### **1.3.1. Descripción del método**

##### **Enfoque cuantitativo**

Para Sampieri (2014) el enfoque cuantitativo “Utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías” p 4.

##### **Enfoque cualitativo**

Sampieri (2014) “Utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación”. p 7.

#### **1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección**

Para Piloña (2011) la técnica la define como “Conjunto de mecanismos y maquinas, así también de sistemas y medios de dirigir, recolectar, conservar, reelaborar y, transmitir energía y datos. Todo ello creado con vistas a la producción, a la investigación, etc.” Es el Conjunto de reglas y operaciones para el manejo de la investigación”. p 59.

## **Observación**

Hernández, Fernández y Baptista (1997) afirman “La observación consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamientos o conducta manifiesta. Puede utilizarse como instrumento de medición en muy diversas circunstancias.” p316.

### **Tipos de Observación**

Hernández, Fernández y Baptista (“La observación puede ser participante o no participante. En la primera, el observador interactúa con los sujetos observados y en la segunda no ocurre esta interacción.” p321.

#### **Observación no participante**

Piloña (2011) “en la observación no participante u ordinaria, el investigador solo es un espectador juicioso. No se involucra” p 80.

Tamayo (1991) señala “es aquella en la que el investigador hace uso de la observación directa sin ocupar un determinado status o función dentro de la comunidad, en la cual se realiza la investigación.” p 92.

La información para el diagnóstico de comunicación externa fue recabada utilizando la observación no participante ya que como lo dice Piloña y Tamayo es en la que el investigador solo es un espectador o hace uso de la observación directa sin ocupar un cargo dentro de la institución siendo este el caso de la investigadora.

## **Entrevista**

Piloña (2011) define la entrevista como “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 82.

Tamayo (1991) afirma que “la entrevista es la relación directa establecida entre el investigador y su objeto de estudio a través de individuos o grupos con el fin de obtener testimonios orales.” p93.

### **Entrevista Dirigida (Estructurada)**

Piloña (2011) “cuando se tiene una guía (planificada metódicamente) que se sigue estrictamente.....las preguntas pueden ser cerradas o abiertas” p 82.

Para la realización del diagnóstico se realizó entrevista dirigida (estructurada) a la Coordinadora de Proyectos de Asociación Donamor Licenciada María Angelina Oliva Salazar.

### **Encuesta**

Según Piloña (2011) la encuesta “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 determinadas personas, a través de un cuestionario previamente preparado, calificado y sometido a prueba, según los particulares objetivos que interesan alcanzar a través de esta técnica. Usualmente son pocas preguntas. Su instrumento es el cuestionario”. p 85.

García (como se citó en Joj 2015) “define la encuesta como una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con intención de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población.” p 65.

En el proceso del diagnóstico se realizó una encuesta utilizado como instrumento un cuestionario de 11 preguntas cerradas o dicotómicas.

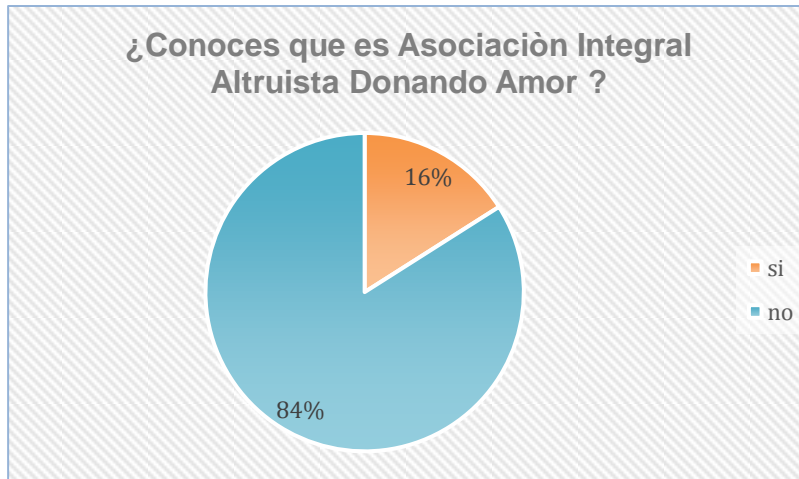
**1.3.3. Cronograma del Diagnóstico**  
**CRONOGRAMA DE GANTT**

DIAGNÒSTICO									
	ENERO				FEBRERO				
	SEMANAS								
ACTIVIDADES	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Curso propedéutico			X						
Diagnóstico de Comunicación				X					
Construcción del Diagnóstico de Comunicación					X	X	X	X	
Entrega del Diagnóstico de Comunicación									X

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

### 1.4.1. Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas

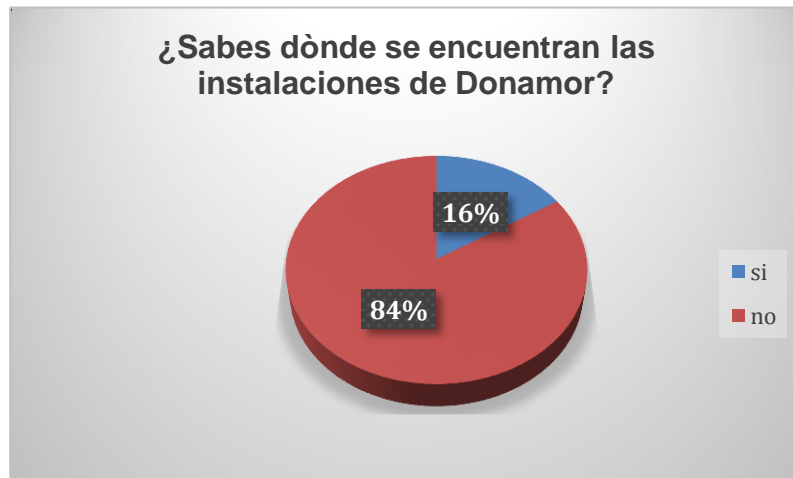
Gráfica 1



Fuente: Bathsheba Ceballos

**Interpretación:** Cuarenta y un personas respondieron que si conocen que es la Asociación Integral Altruista Donando Amor – Donamor- esto equivale al 16% y doscientos veintiún personas dijeron que no, esto equivale al 84%, que sumado da un total de 100%.

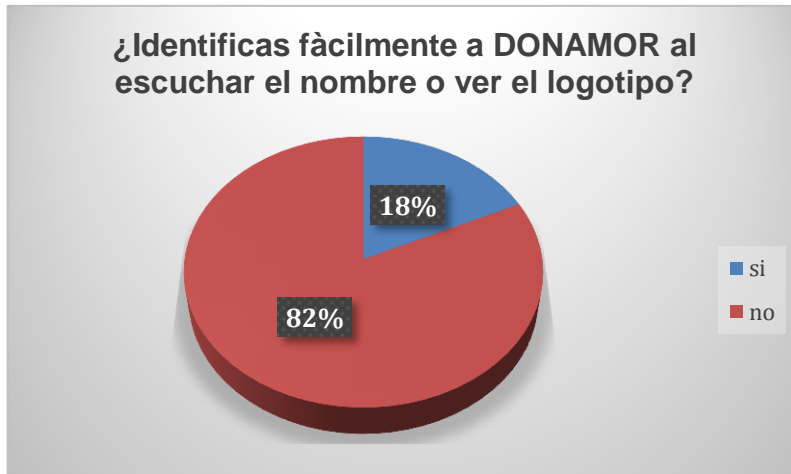
Gráfica 2



Fuente: Bathsheba Ceballos

**Interpretación:** Cuarenta y un personas respondieron que si conocen donde se encuentran las instalaciones de – Donamor- esto equivale al 16% y Doscientos veintiún personas dijeron que no, esto equivale al 84%, que sumado da un total de 100%.

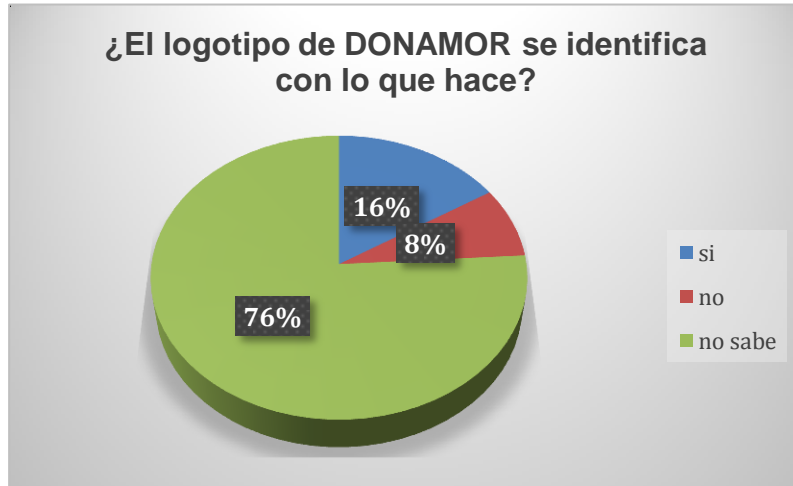
**Gráfica 3**



Fuente: Bathsheba Ceballos

**Interpretación:** cuarenta y un personas respondieron que si conocen donde se encuentran las instalaciones de Donamor esto equivale al 18% y doscientas veintiún personas dijeron que no, esto equivale al 82%, que sumado da un total de 100%

**Gráfica 4**

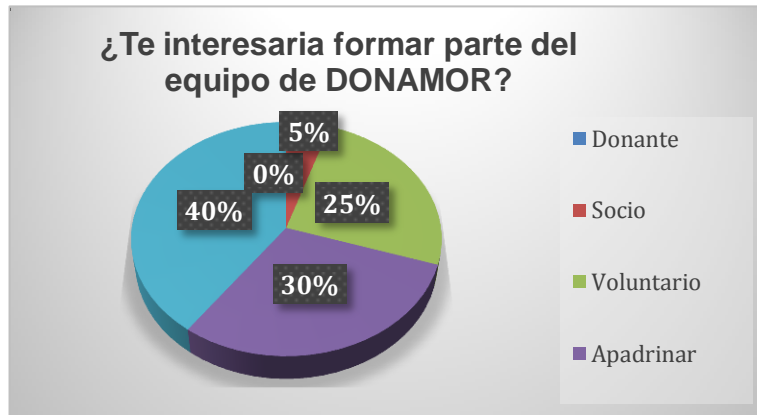


Fuente: Bathsheba Ceballos

**Interpretación:** Cuarenta y un personas respondieron que el logotipo de Donamor se identifica con lo que hace esto equivale al 16%; veintidós personas respondieron que no esto equivale a un 8% y ciento noventa y nueve respondieron que no sabe, lo que equivale a un 76%, que sumado da un total de 100%



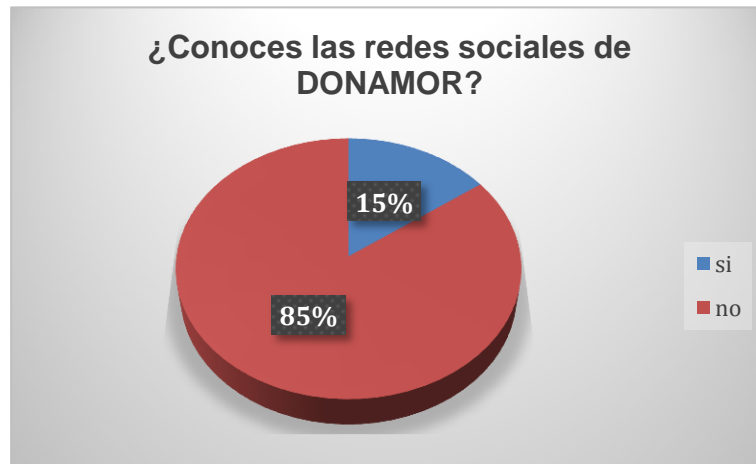
**Gráfica 5**



Fuente: Bathsheba Ceballos

**Interpretación:** Sesenta y ocho personas respondieron que les interesaría formar parte del equipo de Donamor como voluntarios, lo que equivale a un 25%; una persona respondió que le interesaría ser donante lo que equivale al 0%; doce personas respondieron que les interesaría ser socios lo que equivale al 5%; setenta y ocho personas respondieron que les interesaría apadrinar lo que equivale a un 30%; ciento tres personas respondieron ninguna de las anteriores y doscientas treinta y seis respondieron que no sabe, lo que equivale a un 40%, que sumado da un total de 100%.

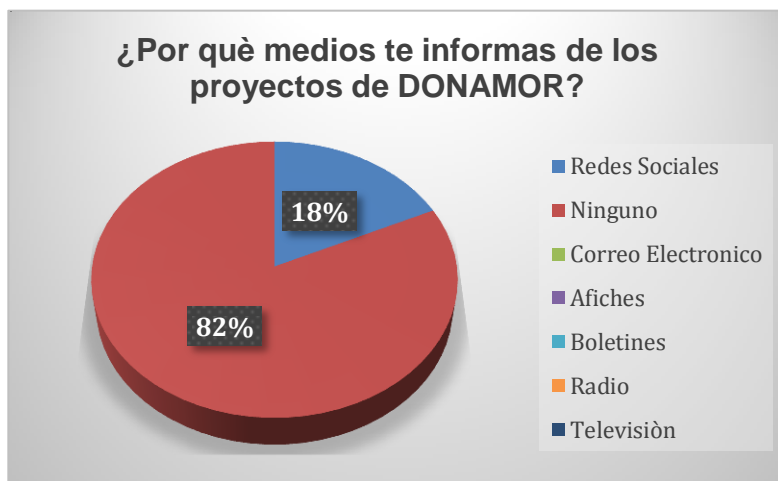
**Gráfica 6**



Fuente: Bathsheba Ceballos

**Interpretación:** Treinta y nueve personas respondieron conocer las redes sociales de Donamor esto equivale a un 15% y doscientas veintitres respondieron que no sabe, lo que equivale a un 85%, que sumado da un total de 100%.

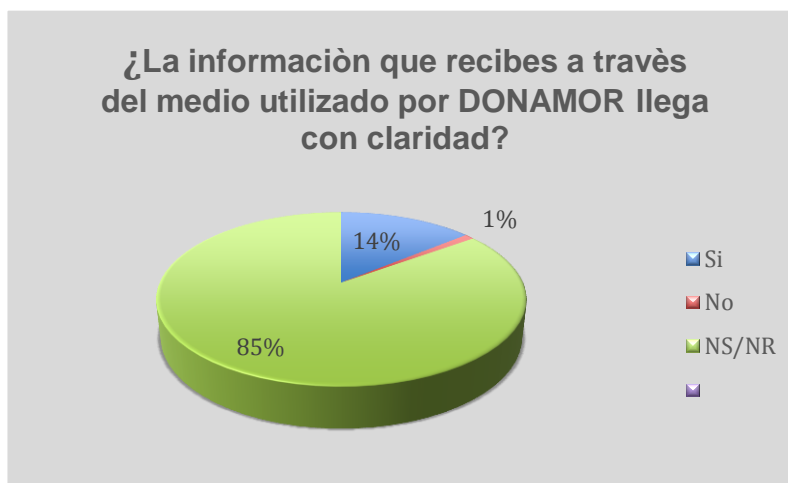
**Gráfica 7**



Fuente: Bathsheba Ceballos

**Interpretación:** Cuarenta y ocho personas respondieron que se informan de los proyectos de Donamor por las redes sociales que equivale a un 18% y doscientas catorce respondieron que no se enteran de los proyectos de Donamor lo que equivale a un 82%, que sumado da un total de 100%.

**Gráfica 8**



Fuente: Bathsheba Ceballos

**Interpretación:** Treinta y siete personas respondieron que la información les llega con claridad haciendo un total de 14%; dos personas respondieron que la información no les llega con claridad haciendo un total del 1% y doscientas veintitrés personas respondieron no saben, no responden lo que equivale a un 85%, que sumado da un total de 100%.

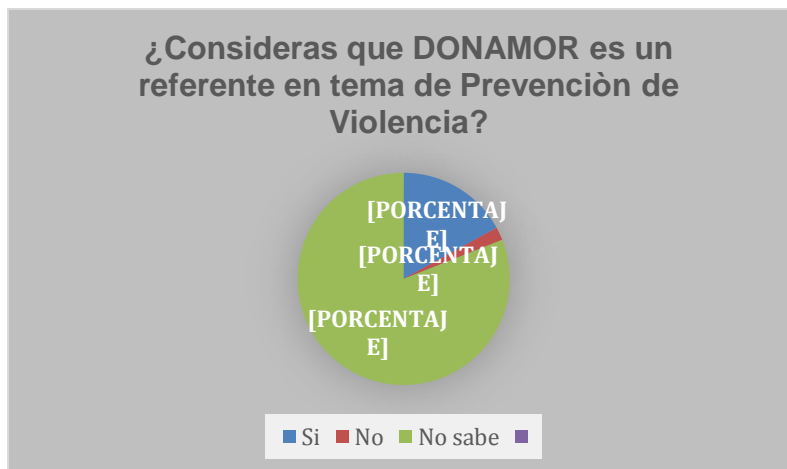
**Gráfica 9**



Fuente: Bathsheba Ceballos

**Interpretación:** Ciento cuarenta y siete personas respondieron que Donamor debería de promocionarse por medio de redes sociales lo que equivale a un 56%; treinta y cinco personas respondieron que Donamor debería de promocionarse por la radio lo que equivale a un 31% y ochenta personas respondieron que debería de promocionarse por la televisión que equivale a un 13%, que sumado da un total de 100%.

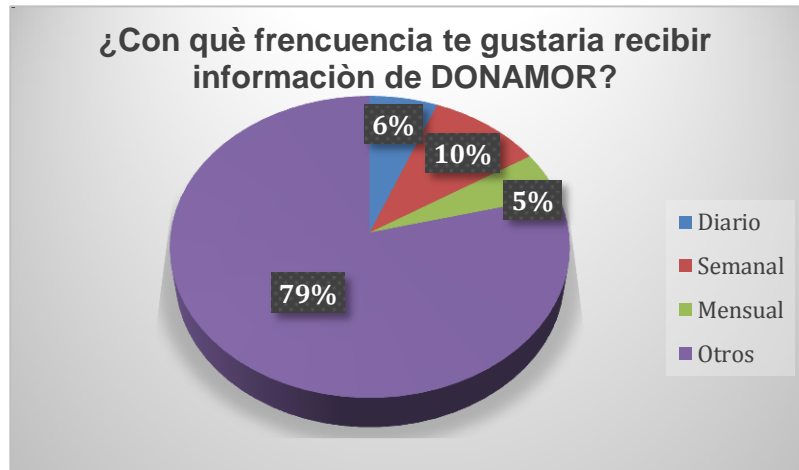
**Gráfica 10**



Fuente: Bathsheba Ceballos

**Interpretación:** Cuarenta y cuatro personas respondieron considerar que Donamor es un referente en el tema de Prevención de Violencia lo que equivale a un 17%; cinco personas respondieron que no lo que equivale a un 2% y doscientos trece personas respondieron que no sabe lo que equivale a un 81% que sumado da un 100%.

**Gráfica 11**



Fuente: Bathsheba Ceballos

**Interpretación:** Diecisiete respondieron que les gustaría recibir información a diario lo que equivale a un 6%; veinticinco personas respondieron que les gustaría recibir información semanal lo que equivale a un 10% doce personas respondieron que les gustaría recibir información mensual lo que equivale a un 5%; y doscientos ocho respondieron otros lo que equivale a un 79% que sumado da un total de 100%.

## **1.5 Radiografía de la institución: FODA**

### **1.5.1 Fortalezas**

- Uso de redes sociales.
- Despierta interés en la ciudadanía para unirse a la asociación como socios-donantes o voluntarios.
- Cuentan con página web
- Personal profesional competente en distintas disciplinas académicas.
- La junta directiva tiene interés en capacitarse en temas de comunicación en el área de Relaciones Publicas y Protocolo.

### **1.5.2 Oportunidades**

- Uso de medios de comunicación externa, redes sociales y página web.
- Alianzas estratégicas.
- Interés de fortalecer la imagen institucional.
- Comparten espacios con instituciones afines.
- Interés de la población en recibir información de actividades de la asociación a través de las redes sociales Facebook y Twitter.

### **1.5.3 Debilidades**

- No existen documentos o guías en el Área de Relaciones Publicas.
- Desconocimiento en el área de comunicación interna y externa.
- No hacen publicaciones para crear tráfico en sus redes sociales.
- Falta de presupuesto.
- La asociación no cuenta con un plan de comunicación interna y externa.
- Carecen de material impreso para dar a conocer el trabajo y como involucrarse.

### **1.5.4. Amenazas**

- Falta de valores en la sociedad
- La asociación no ha incrementado alianzas estratégicas con nuevos donantes.
- No cuentan con un presupuesto asignado para el área de comunicación.
- No cuentan con una oficina de comunicación.

## **CAPITULO II**

### **2. EL PLAN DE COMUNICACIÓN**

#### **2.1 Antecedentes**

La Asociación DONAMOR actualmente no cuenta con un departamento o encargado de comunicación, de acuerdo a lo expresado durante la entrevista realizada a la Directora de Proyectos; por ello no se cuenta con un antecedente en propuestas de estrategias o plan de comunicación.

#### **2.2. Objetivos de Comunicación**

##### **2.2.1. Objetivo General**

- Elaborar un Plan de Comunicación Interna y Externa.

##### **2.2.2. Objetivos Específicos**

- Actualizar canales de comunicación externa de la asociación
- Diseñar productos comunicacionales para publicar en redes sociales y página web.
- Elaborar una base de datos de medios de comunicación.
- Implementación de documentos a través de guías de Protocolo y Relaciones Publicas.
- Fortalecer la imagen institucional.

## 2.3. Público Objetivo

### Sociodemográficos

<b>Sexo</b>	Masculino-femenino
<b>Edad</b>	18 a 50 años
<b>Nivel académico</b>	Superior
<b>Nacionalidad</b>	Guatemalteca y extranjeros

Hombres y mujeres de 18 a 50 años de edad guatemaltecos y extranjeros que deseen formar parte de Asociación Donamor uniéndose como voluntarios donando su tiempo y talento y como socios o donantes aportando una cuota económica para contribuir al desarrollo integral de la niñez y adolescencia en nuestro país.

## 2.4. Mensaje clave

“Donamor contribuyendo al desarrollo integral de la niñez y adolescencia”

## 2.5. Estrategias y Acciones

### Estrategia 1

Acción	
¿A qué estrategia responde esta acción?	Fortalecer contenido de las redes sociales Facebook y twitter
Problemas	Desactualización de redes sociales
Productos	Edición de 4 capsulas de videos Diseño de 23 post para redes sociales Diseño de 7 portadas para redes sociales. Calendario digital trimestral Calendario editorial Diseño de 3 post de filosofía institucional y Diseño de 1 post para invitación a voluntariado.
Objetivo Comunicacional	Actualizar información institucional para fortalecer la credibilidad y dar a conocer el trabajo que realizan.
Tipo de mensaje	Informativo
Público Objetivo	Publico interno y externo
Medio de Difusión	Digital (redes sociales)

### Estrategia 2

Acción	
¿A qué estrategia responde esta acción?	Actualización de la página web
Problemas	Falta de información de actividades realizadas y de un calendario de actividades.
Producto	Boletines electrónicos informativos. Elaboración de un calendario digital de actividades.
Objetivo Comunicacional	Dar a conocer las actividades realizadas por la asociación.
Tipo de mensaje	Informativo
Público Objetivo	Publico interno y externo
Medio de Difusión	Digital (redes sociales)



### Estrategia 3

Acción	
¿A qué estrategia responde esta acción?	Taller para atención a medios de comunicación y protocolo.
Problemas	Desconocimiento de Junta Directiva de atención a medios de comunicación y protocolo.
Producto	Realización de taller
Objetivo Comunicacional	Sensibilizar a la población y atraer nuevos voluntarios o socios donantes.
Tipo de mensaje	Orientación
Público Objetivo	Publico interno
Medio de Difusión	Presencial

### Estrategia 4

Acción	
¿A qué estrategia responde esta acción?	Implementación de guías de protocolo y procedimientos en el área de Relaciones Publicas en la Asociación Donamor.
Problemas	Carecen de guías en el área de relaciones públicas y protocolo.
Producto	Elaboración de guías.
Objetivo Comunicacional	Sensibilizar a la población y atraer nuevos voluntarios o socios donantes.
Tipo de mensaje	Informativo
Público Objetivo	Publico interno
Medio de Difusión	Ejemplares impresos y digitales.

## Estrategia 5

Acción	
¿A qué estrategia responde esta acción?	Trifoliar
Problemas	Carecen de material impreso para dar a conocer la asociación y como involucrarse.
Producto	Diseño de trifoliar.
Objetivo Comunicacional	Brindar información institucional y líneas de trabajo
Tipo de mensaje	Informativo
Público Objetivo	Publico externo
Medio de Difusión	Impreso (cuando la asociación cuente con fondos para su impresión)

## Estrategia 6

Acción	
¿A qué estrategia responde esta acción?	Diseño e implementación de bandera con asta.
Problemas	No cuentan con bandera institucional.
Producto	Diseño e implementación de bandera con asta.
Objetivo Comunicacional	Fortalecer la imagen institucional.
Tipo de mensaje	Posicionamiento de marca.
Público Objetivo	Publico interno y externo
Medio de Difusión	Eventos públicos.

## Estrategia 7

Acción	
¿A qué estrategia responde esta acción?	Relaciones Publicas
Problemas	Ausencia de participación con dependencias del estado que trabajen en temas de niñez y adolescencia.
Producto	Buscar un espacio en agenda de la Comisión Nacional de la Juventud del Congreso de la Republica.
Objetivo Comunicacional	Dar a conocer el trabajo que la asociación realiza con la niñez y adolescencia en el tema de prevención de violencia. Solicitar la aprobación de Ley de Desarrollo de Juventudes.

	Acercamiento con dependencias del estado, organizaciones de la sociedad civil y entes religiosos.
Tipo de mensaje	Acercamiento con actores claves
Público Objetivo	Publico externo
Medio de Difusión	Redes sociales y página web.

## Estrategia 8

Acción	
¿A qué estrategia responde esta acción?	Base de Datos de medios de comunicación
Problemas	Falta de una base de datos para convocar a medios.
Producto	Recopilación y elaboración de base de datos digital con contactos de periodistas de los diferentes medios de comunicación.
Objetivo Comunicacional	Tener a la mano el contacto para convocar periodistas, editores, camarógrafos, fotógrafos entre otros de medios de comunicación, para que le den cobertura a los eventos de Donamor, compartir información, fotografías, historias, artículos, comunicados, boletines y otros. Generar noticias para la población guatemalteca y de interés mediático sobre el quehacer de la asociación.
Tipo de mensaje	Generar espacios positivos en los medios de comunicación a través de una buena relación con la prensa.
Público Objetivo	Publico interno
Medio de Difusión	Digital.

## 2.6. Cronograma

ACCIONES	MAYO												JUNIO			JULIO					
	SEMANTAS												SEMANTAS			SEMANTAS					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	1	2	3			
Base de datos de medios de comunicación.			X	X																	
Elaboración guías					X	X	X														
Acercamiento con aliados estratégicos								X	X												
Taller para atención a medios de comunicación y protocolo								X	X												
Elaboración de productos comunicacionales para fortalecer contenido de las redes sociales Facebook y twitter								X		X											
Actualización de la página web y fan page Facebook									X												
Diseño e implementación de bandera con asta.													X								
Redacción y diseño de boletín															X	X					

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

## **CAPÍTULO III**

### **3. INFORME DE EJECUCIÓN**

#### **3.1. “Estrategias de comunicación interna y externa para la Asociación Integral Altruista Donando Amor –Donamor-**

##### **Estrategia 1. Ejecutada (ver anexos)**

##### **Fortalecer contenido de las redes sociales Facebook y twitter**

##### **Objetivo Comunicacional**

- Actualizar información institucional de la asociación para fortalecer la credibilidad y dar a conocer el trabajo que realizan.

##### **Descripción**

- Capsulas de video para dar a conocer la filosofía organizacional, capsula de video de presentación institucional, capsula de invitación para socios o donantes y capsula para video de invitación a voluntariado.
- Actualización de información del sitio web y fan page de Facebook
- Se diseñó 12 infografías utilizando la etiqueta “Valores para la vida”.
- Calendario digital trimestral de actividades
- Se diseñaron 11 infografías utilizando la interrogante ¿Sabías qué?
- Se realizó un calendario editorial digital de julio 2018 a junio 2019.
- Se diseñaron 7 portadas para redes sociales Facebook y twitter de Donamor.
- Se diseñaron 3 post de la filosofía organizacional
- Se diseñó post para invitar al voluntariado.

## **Acciones Desarrolladas**

- Se realizó guion para grabación de 4 videos, siendo los personajes integrantes claves de la junta directiva de la asociación para publicar en las redes sociales Facebook, twitter y la página web que se entregaron a la Asociación para su publicación.
- Se actualizó la información de la asociación en la red social Facebook y la página web
- Se redactó texto y se diseñaron 12 infografías utilizando como tema “Valores para la vida” para publicar 1 por mes durante 1 año.
- Calendario trimestral de actividades para las redes sociales Facebook, Twitter y la página web
- Se redactó texto y se diseñaron 11 infografías utilizando la interrogante ¿Sabías qué? (prevención de violencia) las que se publicarán 1 por tema mensualmente durante 11 meses.
- Se realizó un calendario digital de julio 2018 a junio 2019 para recordar las fechas en que se deben publicar infografías de ¿Sabías qué? Y se propone escribir temas de prevención de violencia basados en la conmemoración de días universales y mundiales.
- Texto y Diseño de 7 portadas para la red social Facebook y Twitter para actualizarlas mensualmente durante 7 meses.
- Se redactó texto y diseño para arte de filosofía organizacional para publicar en página web y fan page de Facebook
- Se redactó texto y diseño para post de invitación para publicar en página web y fan page de Facebook y Twitter

## **Estrategia 2. Ejecutada (ver anexos)**

### **Actualización de la página web**

#### **Objetivos Comunicacionales**

- Dar a conocer en el sitio web las actividades realizadas por la asociación.
- Sensibilizar a la población y atraer nuevos voluntarios o socios donantes.

#### **Descripción**

- Boletines informativos
- Calendario trimestral de Actividades

#### **Acciones Desarrolladas**

- Se dio cobertura a las actividades que realizó la asociación, se redactaron notas y se diseñó boletines informativos los que se publicaron en la web y en la red social Facebook.
- Se elaboró y se diseñó calendario editorial digital trimestral de actividades para publicar en la web y en las redes sociales Facebook y Twitter

## **Estrategia 3 (ejecutada)**

### **Taller para atención a medios de comunicación y Protocolo**

#### **Objetivos comunicacionales**

- Fortalecer sus conocimientos para el adecuado abordaje a medios de comunicación en próximas actividades

#### **Descripción** Taller para atención a medios de Comunicación y Protocolo

#### **Acciones Desarrolladas**

- Realización de agenda y hoja de registro de asistentes.
- **“Taller como hacer visible a mi organización en medios de comunicación”**

- Que fue impartido por las profesionales egresadas de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Licenciadas Manola Santa Cruz y Norma Joj.

#### **Estrategia 4 (ejecutada)**

#### **Implementación de Guías Protocolo y Guía de Procedimientos en el Área de Relaciones Públicas en la Asociación Donamor**

##### **Objetivos comunicacionales**

- Apoyar la organización y realización de eventos institucionales para homogenizar y formalizar las actividades.

##### **Descripción**

- Guía de Protocolo
- Guía de Procedimientos en el Área de Relaciones Públicas en la Asociación Donamor

##### **Acciones desarrolladas**

Recopilar información, comparación de tablas de contenidos, diseño y diagramación de guías las cuales fueron entregadas a la asociación.

#### **Estrategia 5 Ejecutada (ver anexos)**

##### **Diseño de Trifoliar**

##### **Objetivos comunicacionales**

- Brindar información institucional y líneas de trabajo.

##### **Descripción**

Diseño de Trifoliar



### **Acciones realizadas**

Se recopiló información, fotografías, diagramación y se elaboró el arte final de trifoliar el cual fue entregado a la asociación en formato JPG y PDF para su reproducción.

### **Estrategia 6. Ejecutada (ver anexos)**

#### **Implementación de bandera con asta**

#### **Objetivos comunicacionales**

- Fortalecer la imagen institucional Asociación Donamor

#### **Descripción**

Bandera institucional con asta

### **Acciones realizadas**

Cotizaciones y propuesta de diseño de bandera institucional, diseño de asta desmontable, la cual fue entregada a la asociación.

### **Estrategia 7 (Ejecutada ver anexos)**

#### **Relaciones Públicas**

#### **Objetivos comunicacionales**

- Dar a conocer el trabajo que la asociación realiza con la niñez y adolescencia en el tema de prevención de violencia.
- Solicitar la aprobación de Ley de Desarrollo de Juventudes.
- Acercamiento con dependencias del estado, organizaciones de la sociedad civil y entes religiosos.

#### **Descripción**

Relaciones Públicas

### **Acciones realizadas**

Se buscó espacio en la agenda en la Comisión de la Juventud del Congreso de la República de Guatemala, se puso en agenda del Congreso la participación de Donamor misma que fue publicada en la página web, redes sociales, además se le compartió a la prensa.

### **Estrategia 8 (Ejecutada ver anexos)**

#### **Base de Datos de medio de comunicación**

#### **Objetivos comunicacionales**

- Tener a la mano el contacto para convocar periodistas, editores, camarógrafos, fotógrafos entre otros de medios de comunicación, para que le den cobertura a los eventos de Donamor, compartir información, fotografías, historias, artículos, comunicados, boletines y otros.
- Generar noticias para la población guatemalteca y de interés mediático sobre el quehacer de la asociación -

#### **Descripción**

Base de datos digital de medios de comunicación

### **Acciones realizadas**

Se recopiló información de nombres de periodistas, editores, camarógrafos, fotógrafos entre otros de medios de comunicación y se elaboró una base de datos digital que fue entregada a la asociación.

### 3.1.1 Presupuesto y Financiamiento

<b>PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO</b>						
<b>No.</b>	<b>ACTIVIDAD O PRODUCTO COMUNICACIONAL</b>	<b>CANT.</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>	<b>FINANCIAMIENTO</b>	
1	Impresión trifoliales tamaño carta en papel coushe.	20	Q. 5.00	Q. 100.00	Epesista	
2	Impresión de guías en papel coushe	4	Q. 42.50	Q. 170.00	Epesista	
3	Servicio de menús para taller de atención a medios de comunicación.	6	Q. 45.00	Q. 270.00	Epesista	
4	Diseño calendario de actividades trimestrales.	1	Q. 300.00	Q. 300.00	Epesista	
5	Diagramación y diseño de guías	2	Q. 350.00 Q. 590.00	Q. 940.00	Epesista	
6	Bandera institucional con asta de madera desmontable.	1	Q. 1,000.00	Q. 1,000.00	Epesista	
7	Boletines informativos	4	Q. 300.00	Q. 1,200.00	Epesista	
8	Diseñadora infografías, portadas, trifoliar, fotos para infografías.			Q. 1,655.00	Epesista	
9	Grabación y edición de videos	4	Q. 1,000.00	Q. 4,000.00	Epesista	
10	Servicios Profesionales comunicacionales		Q. 20,000.00	Q. 20,000.00	Epesista	
<b>TOTAL</b>				<b>Q. 29,635.00</b>		

### 3.1.2 Presupuesto ejecutado.

Por no contar con presupuesto la Asociación Donamor para ejecutar la estrategia, fue financiada por la epesista. Sin Embargo la Asociación financio Q.270.00 para 6 menús de refacción de **“Taller como hacer visible a mi organización en medios de comunicación”**.-

### 3.1.3 Beneficiarios:

- Asociación Donamor (Junta Directiva, Socios, Donantes y Voluntarios)
- Organizaciones que trabajan a favor de la niñez y adolescencia
- Seguidores en redes sociales y personas que visiten su sitio web nacionales y extranjeros
- Niñez y adolescencia de escuelas e institutos que son beneficiados con los distintos programas de Donamor

### 3.1.4 Recursos Humanos

Personal	Cargo	Actividad
Mgtr. Ángela Hochstrasser-Keller	Presidenta Junta Directiva Asociación Donamor	Autorización de la estrategia.
Mgtr. Samuel Santos	Director Junta Directiva Asociación Donamor	Coordinación y autorización de la estrategia.
Licda. María Angelina Oliva Salazar	Coordinadora de Proyectos Asociación Donamor	Coordinación y autorización de la estrategia, supervisión y autorizó todos los productos comunicacionales realizados.
Damaris Oliva de Kraf	Secretaria de Junta Directiva Donamor	Grabación de videos; participación en taller y otras actividades.

Licda. Manola Santa Cruz	Licenciada en Ciencias de la Comunicación	Facilitadora Taller de Protocolo y Relaciones Públicas
Licda. Norma Joj	Licenciada en Ciencias de la Comunicación	Asesoría en comunicación facilitadora Taller.
Lilian Guzmán	Epesista	Apoyo en actividades
Hiliana Núñez	Diseñadora	Diseño de artes y diagramación de guías
Lic. Luis Pedroza	Coordinador EPS Licenciatura en Ciencias de la Comunicación	Asesoría y Autorización de la estrategia
Licda. Sandra Hernández	Supervisora EPS Licenciatura en Ciencias de la Comunicación	Asesoría y Supervisión
Lic. Fernando Flores	Supervisor EPS Licenciatura en Ciencias de la Comunicación	Asesoría y Supervisión

### 3.1.5 Área geográfica de acción.

- Asociación Donamor (Junta Directiva, Socios, Donantes y Voluntarios)
- Debido a que la información se encontrará en el sitio web y la fan page Facebook, se espera tener una audiencia receptora diversa, ya que podrán acceder desde cualquier parte de éste país u otro.
- Público en general.

## 3.2 Estrategias y Acciones

A. **Estrategia realizada:** Fortalecer contenido de las redes sociales Facebook y Twitter

**Acciones:** Actualización información sitio web y fan page, videos, infografías, portadas para fan page Facebook, calendario digital de actividades trimestrales y calendario digital con temas a escribir en prevención de violencia y trifoliar.

### **Objetivos específicos**

Actualizar información institucional de la asociación para fortalecer la credibilidad y dar a conocer el trabajo que realizan.

**Beneficiarios:** Asociación Donamor, organizaciones que trabajan a favor de la niñez y adolescencia y seguidores en redes sociales y público nacional y extranjero que visitan el sitio web.

### **B. Estrategia realizada: actualización de la página web**

**Acciones:** elaboración de boletines informativos, elaboración y publicación de calendario digital de actividades trimestrales.

**Objetivos específicos:** Dar a conocer en el sitio las actividades realizadas por la asociación.

Que voluntarios y público en general conozcan las actividades a realizar por la asociación

**Beneficiarios:** Asociación Donamor, Organizaciones afines, público nacional y extranjero que visitan el sitio web

**C. Estrategia realizada: Taller para atención a medios de comunicación y Protocolo**

**Acciones:** realización de agenda, determinar tema de taller, buscar espacio físico para realización, consultar perfiles de profesionales en comunicación e invitar a facilitadoras, convocar a integrantes de junta directiva.

**Objetivos específicos:** Fortalecer sus conocimientos para el adecuado abordaje a medios de comunicación en próximas actividades.

**Beneficiarios:** Junta Directiva de la Asociación

**D. Estrategia realizada: implementación de Guías Protocolo y Guía de Procedimientos en el Área de Relaciones.**

**Acciones:** recopilar información, comparación de tablas de contenidos, diseño y diagramación.

**Objetivos específicos:** Apoyar la organización y realización de eventos institucionales para homogenizar y formalizar las actividades.

**Beneficiarios:** Asociación Donamor

**E. Estrategia realizada: Diseño de trifoliar.**

**Acciones:** Recopilar información, fotografías, diagramación y diseño.

**Objetivos específicos:** Brindar información institucional y líneas de trabajo.

**Beneficiarios:** Asociación Donamor

## **F. Estrategia realizada: Implementación de bandera con asta**

**Acciones:** Diseños de bandera y de asta desmontable.

**Objetivos específicos:** Fortalecer la imagen institucional.

**Beneficiarios:** Asociación Donamor.

## **G. Estrategia realizada: Relaciones Públicas.**

**Acciones** Se buscó espacio en la agenda de la Comisión de la Juventud del Congreso de la República de Guatemala para que Asociación Donamor tuviera participación en mesas de diálogo.

**Objetivos específicos** Dar a conocer el trabajo que la asociación realiza con la niñez y adolescencia en el tema de prevención de violencia, solicitar la aprobación de Ley de Desarrollo de Juventudes, acercamiento con dependencias del estado, organizaciones de la sociedad civil y entes religiosos.

**Beneficiarios:** Asociación Donamor.

## **H. Estrategia realizada: Base de Datos de medio de comunicación.**

**Acciones:** Recopilación de información de contacto de periodistas de distintos medio de comunicación.

**Objetivos específicos:** Tener contacto de periodistas para convocarlos a eventos de Donamor y compartir información, fotografías, historias, artículos, comunicados, boletines y otros para generar noticias para la población guatemalteca y de interés mediático sobre el quehacer de la asociación.

**Beneficiarios:** Asociación Donamor



### 3.3 Cronograma de actividades

ACCIONES												
	MAYO			JUNIO			JULIO					
	SEMANAS											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Base de datos de medios de comunicación.			X	X								
Elaboración guías					X	X	X					
Acercamiento con aliados estratégicos								X	X			
Taller para atención a medios de comunicación y protocolo								X	X			
Elaboración de productos comunicacionales para fortalecer contenido de las redes sociales Facebook y twitter								X				
Actualización de la página web y fan page Facebook									X			
Diseño e implementación de bandera con asta.										X		
Redacción y diseño de trifoliar											X	X

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

### 3.4 Control y seguimiento

Estrategias	Indicadores cuantitativos (participación)	Indicadores cualitativos (comentarios y opiniones)
<b>Fortalecer contenido de las redes sociales Facebook y página web.</b>	11 publicaciones del 26 de junio al 21 de julio de 2018, obteniendo en las 11 publicaciones 137 interacciones; 2,947 personas alcanzadas y 22 veces compartidas.	No comentarios
<b>Actualización de la página web</b>	No se tiene acceso al contador de visitas.	
<b>Taller para atención cómo hacer visible a mi organización en medios de comunicación</b>	Un taller al que asistieron 15 personas entre ellos junta directiva y socios donantes.	Buena aceptación de los participantes quienes indicaron que fue de suma importancia ya que ayudara a tener un mejor conocimiento de atención a medios de comunicación, relaciones públicas y protocolo.
<b>Implementación de Guías Protocolo de Relaciones Públicas</b>	Dos guías las cuales servirán de base para la realización actividades programadas.	Actividades mejor organizadas. Mayor de interés de voluntarios para participar en actividades.
<b>Diseño de Trifoliar</b>	Trifoliar para brindar información institucional y líneas de trabajo.	Del cual la asociación realizará la impresión de un tiraje aún no determinado por falta de presupuesto.
<b>Implementación de bandera con asta</b>	Una bandera institucional para utilizar en 16 actividades programadas.	Presencia institucional en actividades.
<b>Relaciones Públicas</b>	La agenda se compartió a un aproximado de 55 periodistas que cubren la fuente del congreso en grupo de WhatsApp. 3 publicaciones de la agenda en redes sociales y pagina web. 4 publicaciones en redes de diputado Raúl Romero y	Comentarios. “De acuerdo con datos de UNFPA el “26% de los partos atendidos en Guatemala son de niñas y adolescentes de 10 a 19 años que se convierten en madres, comprometiendo sus oportunidades educativas y laborales y poniendo en riesgo su salud y su vida”. “Este es el futuro que queremos para nuestras niñas?!? NO LO CREO!

	<p>Andrea Villagrán y Comisión Nacional de la Juventud (fan page Facebook) con un total de 24 interacciones 9 veces compartido.</p>	<p>Educación sexual para nuestros niños/as.”</p> <p>“Excelente intervención de la sociedad civil organizada.</p> <p>“Que bien que la asociación Donamor habló de estos temas”.</p>
<p><b>Base de Datos de medio de comunicación</b></p>	<p>Base de datos con 150 contactos entre fotógrafos, camarógrafos, periodistas, editores, y directores entre otros.</p>	<p>Ninguna</p>

## CONCLUSIONES

De acuerdo a los resultados obtenidos en el Diagnostico de Comunicación se elaboró un Plan de Comunicación con estrategias y acciones diseñadas para fortalecer la imagen de la Asociación.

Se participó en las actividades de Asociación Donamor para la ejecución de las estrategias en escuelas e institutos que son sus beneficiados en los distintos programas educativos que la Asociación realiza, también se asistió a las actividades de socialización de estudio realizado por la asociación en entidades de gobierno que trabajan en temas relacionados a la niñez y adolescencia.

Se elaboraron y diseñaron varios productos comunicacionales entre ellos infografías, portadas para redes sociales, productos audiovisuales, calendario trimestral de actividades a realizar y calendario digital, trifoliar, boletines informativos, taller de atención a medios, diseño e implementación de bandera institucional, encaminados para dar a conocer el trabajo que la asociación realiza y fortalecer su imagen institucional.

Los productos comunicacionales elaborados fueron publicados en la red social Facebook y twitter así como en el sitio web de la Asociación y otros fueron entregados digitalmente para que la Asociación le dé continuidad.

Durante la ejecución del plan de comunicación se logró evidenciar algunas carencias que tiene la asociación como lo es conmemoración de días especiales (aniversario de la asociación) y que pueden crear afinidad con su público objetivo.

## RECOMENDACIONES

- Debido a la importancia que tiene la comunicación para una organización en una sociedad es necesario que Asociación Donamor de continuidad a las estrategias de comunicación realizadas, la evalúe y fortalezca.
- Que la asociación asigne un presupuesto para implementar estrategias de comunicación.
- Buscar espacios en medios de comunicación para darse a conocer y ser referente en temas de desarrollo integral y prevención de violencia.

## GLOSARIO DE TÉRMINOS

1. **Ambiente organizacional:** Serie de elementos culturales y de identidad de la organización, que hacen de ésta lo que es, con la voluntad de cumplir las expectativas de lo que debe ser. Se integra por cuestiones físicas como infraestructura, espacios, aspectos climáticos, mobiliario, así como por las normas, valores, cuestiones psicológicos y hasta místicas, que a la organización en su globalidad la caracterizan.
2. **Aprendizaje organizacional:** Capacidad de la organización de transformarse a la par del entorno, adaptarse a este con competencia, dinamismo y transformarse cuando las circunstancias lo exijan. Se basa en conocimiento que la organización tenga de ella misma, de los principios bajo los cuales se guíe y la manera en que los pone o ha puesto (en el pasado) en práctica.
3. **Áreas con posibilidad de desarrollo:** Cuestiones que el diagnóstico arroja como potenciales de ser optimizadas, que merecen el esfuerzo por verlas en una situación más favorable para los intereses de la organización. Sólo pueden concluirse como resultado final del diagnóstico y con base en información validada por la metodología de este.
4. **Cambio:** Variación de una situación a otra con expectativas positivas a favor de la organización. Rediseño de aspectos globales o particulares de la organización.
5. **Clima organizacional:** Resultado de la interacción del sujeto con el ambiente organizacional, que demuestra la influencia de la organización en el desempeño del individuo, tiene que ver con las experiencias individuales y colectivas de los miembros.
6. **Código:** Clave con la que se estructura un mensaje, debe ser compartido por el emisor y el receptor para la comprensión del significado de la transmisión.
7. **Comunicación externa:** Transmisión de mensajes de la organización a públicos externos para mantener con estos una interacción con intenciones operativas, estratégicas, de difusión y de promoción de una buena imagen.

8. **Comunicación interna:** Acciones comunicativas entre la organización y sus miembros, y entre ellos mismos, a favor de las buenas relaciones (interacciones rentables para la organización) a través de medios específicos para ello.
9. **Comunicación organizacional:** Comunicación que se gesta dentro de una organización. Sistema que constantemente sufre ajustes, complejo por sus relaciones con diversos públicos (tanto internos como externos). Procesos inherentes a la organización que no sólo tienen que ver con intercambio de información, sino también con los medios utilizados y los individuos (con su cultura, actitudes, sentimientos y capacidades). Es también la disciplina que se encarga de investigar y teorizar acerca de todo lo anterior con la voluntad de dar explicación a las organizaciones sociales.
10. **Consultor:** Profesional a cargo de la realización del diagnóstico que cuente con los conocimientos para ello, visionario, con disposición y tiempo para gestionar un cambio estratégico al proporcionar información sobre los procesos de la organización y detectar áreas con posibilidad de desarrollo.
11. **Consultoría:** Metodología para investigar a la organización, sistematizar la información, brindarla a quien lo requiere o solicita y/o proponer alternativas.
12. **Cultura corporativa u organizacional:** patrón de comportamientos internos que existe en toda organización.
13. **Creencias y valores:** Ideas o principios que una empresa acepta como válidos y que son la base de sus actuaciones cotidianas.
14. **Estrategia de comunicación:** Planificación de la gestión de flujos comunicativos de la organización, acorde a los objetivos y valores de la esta.
15. **Estructura orgánica (organigrama):** Diseño de la distribución jerárquica de los materiales y recursos humanos de la organización, manera esquemática de la manera en que se conforma la organización
16. **Imagen:** En el sentido corporativo se refiere a la percepción de los públicos acerca de una organización y la idea general que forman respecto a esta y sus productos o servicios.

17. **Lobbying:** Área de las relaciones públicas que se especializa en forjar y mantener relaciones con el gobierno o sus entidades con el fin de influir de alguna forma en la legislación y regulación.
18. **Lobbysta:** Profesional que utiliza la información a su alcance para obtener resultados específicos favorables para su cliente.
19. **Manual de procedimientos:** Registro de las normas de la organización, estrategias y planes de acción, así como la mención de su estructura y procesos.
20. **Memoria organizacional:** Recuerdo de decisiones históricas, sus resultados y las lecciones que éstas dejan.
21. **Metas:** Fines específicos deseados, principalmente resultados cuantitativos esperados.  
**Misión:** Razón de ser de la organización, explicación de lo que es, de lo que hace y para quien lo hace.
22. **Motivación:** Estimulación de los miembros de la organización con la expectativa de que realicen cada vez mejor su trabajo.
23. **Posicionamiento:** Retención de la imagen de la organización en la memoria de sus públicos, como un mecanismo que hace potencial la compra o consumo de sus servicios.
24. **Público:** Cualquier individuo o instancia que reciba o intercambie mensajes con la organización, para cuestiones operacionales o de consumo, de manera interna o externa, es todo aquel que percibe a la organización y tiene una imagen de ella.
25. **Publicity:** Técnica de relaciones públicas que busca obtener un espacio en los medios de comunicación mediante la creación y difusión de notas.
26. **Redes de comunicación:** Concreción técnica de los flujos de información, sus objetivos por lo tanto son prácticos y se refieren a lograr una capacidad óptima en la transmisión de datos, posibilitar la comprensión del mensaje, y así fomentar la comunicación para el desarrollo.
27. **Relaciones públicas:** Administración estratégica de las relaciones entre una organización o individuo y sus diversos públicos, a través del uso de la



comunicación, con el fin de alcanzar mutuo entendimiento, alcanzar objetivos de negocio y servir al interés público.

28. **Spot:** Breve video publicitario.

29. **Texto de identidad:** Listado de atributos (no más de diez) que materializan la gestión del concepto “identidad corporativa”.

30. **Tour de medios:** Se realiza usualmente cuando se anticipa un lanzamiento de un nuevo producto o servicio y dura aproximadamente de 1 a 2 días. En esta actividad se invita a medios de comunicación seleccionados para que interactúen cara a cara con la empresa o con sus productos.

## BIBLIOGRAFIA

- Hernández, C., Fernández, C, y Baptista, Pilar. *Metodología de la investigación*. Colombia. Panamericana Formas e Impresos. S.A.
- Lozano J (2007) *Teoría e investigación de la comunicación de masa*. Naucalpan de Juárez, México. Segunda Edición. Pearson Educación de México, S.A de C.V.
- Piloña O G.A. (1998) *Guía práctica sobre métodos y técnicas de investigación documental y de campo 2ª*. Ed Guatemala, **Centro** de Impresiones Gráficas.
- Prieto D. (1990) *Diagnostico de la comunicación*, Quito, Ecuador: CIESPAL.
- Sampieri R. (2014) *Metodología de la investigación*, México Mc Graw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V. 6ª. Edición.
- Tamayo M. (1991) *El proceso de la investigación científica Fundamentos de Investigación*. México, España, Argentina: Editorial Limusa 5ª. Edición.

## E-GRAFÍAS

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



### Entrevista Estructurada:

Nombre

Fecha: \_\_\_\_\_

Cargo \_\_\_\_\_

La presente entrevista recaba información importante para la elaboración de un diagnóstico de comunicación externa de la Asociación Integral Altruista Donando Amor -DONAMOR-.

Gracias por responder a las siguientes preguntas:

1. ¿Cuál es la labor que realiza la Asociación Integral Altruista Donando Amor - DONAMOR-?
2. ¿Considera usted que se necesita posicionar en la mente de beneficiarios la imagen de DONAMOR?
3. ¿Que considera usted que falta para captar voluntarios?
4. ¿Qué herramientas de comunicación utiliza la Asociación DONAMOR (medios de comunicación, afiches, volantes)?
5. ¿Qué objetivo han tenido estos materiales: informativo, conmemorativo (por Aniversario), etc.?
6. ¿Considera que el contenido que publican en la fan page de DONAMOR es de interés y esta actualizado?
7. ¿Tienen alguna persona que se encargue del manejo de las redes sociales Facebook y Twitter?
8. ¿Qué conocen los medios de comunicación acerca de la Asociación?
9. ¿Considera que es importante que DONAMOR se dé a conocer mediáticamente?



**Cuestionario**



**La información que proporcione será valiosa y confidencial, se utilizará únicamente para obtener datos estadísticos para fines investigativos.**

Instrucciones: Marque con una X la respuesta que considere adecuada.

1.- ¿Conoce usted que es la Asociación Integran Altruista Donado Amor –DONAMOR-?

Sí  No

2.- ¿Sabe  donde se encuentran las  ciones de DONAMOR?

Sí  No

3.- ¿Identifica  fácilmente a DONAMOR  escuchar el nombre o ver el logotipo?

Sí  No

4.- ¿El  de DONAMOR se  con lo que hace?

Sí  No

5.- ¿Le  formar parte del  voluntarios o donantes de DONAMOR o apadrinar a un estudiante?

Sí  No

6.- ¿Con  redes sociales de la Asociación?

Sí  No

7.- ¿Por  medio se entera de los  de DONAMOR?

Sí  No

8.- ¿La  información que recibe a tra  redes sociales sobre los proyectos de DONAMOR llega con claridad o no son entendibles?

Sí  No

9.- ¿A tr  qué medios de comun  crees que debería de promocionarse DONAMOR?

Afiches re  tales radio  televisión

10.- ¿Crees qu  AMOR es un referente en el tema de prevención de violencia?

Sí  No

11.- ¿C  frecuencia le gustaría recibir información de DONAMOR?

Diario  semanal  mensual

## **Entrevista Dirigida (estructurada)**

**Nombre:** Licenciada María Angelina Oliva

**Cargo:** Coordinadora de Proyectos

**Fecha:** 20 de enero 2018.

La presente entrevista recaba información importante para la elaboración de un diagnóstico de comunicación interno y externo (Comunicación dirigida a público interno y externo) de la Asociación Integral Altruista Donando Amor -Donamor-.

Sus respuestas son importantes, gracias por responder.

**1. ¿Cuál es la labor que realiza la Asociación Integral Altruista Donando Amor --Donamor -?**

La Asociación Integral Altruista Donando Amor --Donamor - quien trabaja en temas de prevención de violencia, con el fin de apoyar a los niños, adolescentes y jóvenes en situación de alto riesgo, utilizando como herramienta principal programas educativos, becas y trabajo comunitario acorde a las necesidades.

Donamor se centra en trabajar por una cultura de paz y prevención de la violencia por lo que fomenta el liderazgo juvenil y relación de pares, (capacita a maestros y padres de familia), para reducir el índice de deserción escolar, la tasa de los embarazos en adolescentes, para evitar que se involucren con el crimen organizado, disminuir el consumo y la distribución de drogas en los establecimientos, así mismo para reventar el acoso escolar, rivalidades entre centros educativos además identificar e interrumpir los ciclos de violencia y pobreza dentro de la población estudiantil.

**2. ¿Considera usted que se necesita posicionar en la mente de beneficiarios la imagen de Donamor?**

Si es necesario ya que eso beneficia a la asociación para lograr buenos resultados.

**3. ¿Qué herramientas de comunicación utiliza la Asociación Donamor (medios de comunicación, afiches, volantes? Redes sociales, volantes, memos**

**4. ¿Qué objetivo han tenido estos materiales: informativo, conmemorativo (por aniversario)?**

Informar sobre las actividades que realizan la asociación y conmemoraciones

**5. ¿Considera que el contenido que publican en Facebook y Twitter de Donamor es de interés y esta actualizado?**

Inicialmente se publicaba cantidad de fotografía y textos extensos, poco a poco se ha ido mejorando, actualmente se selecciona las mejores fotos de cada evento, fotografías que dan un mensaje y se acompaña de textos breves, sin embargo no existe una calendarización para mantener actualizada las redes con temas afines o específicos de la asociación.

**6. ¿Existe un encargado del manejo de las redes sociales Facebook y Twitter?**

El que actualmente publica contenidos y fotos es el fundador Samuel Santos, pero él tiene otras ocupaciones y no le dedica mucho tiempo a las redes.

**7. ¿Considera que es importante que Donamor se dé a conocer mediáticamente (medios de comunicación)?**

Es importante ya que son canales importantes para llevar los mensajes a los hogares y de esa manera también incentivar la prevención de violencia.

**8. ¿Considera a los medios de comunicación como aliados estratégicos para lograr los objetivos de Donamor?**

Sí, porque a través de ellos se llega a más personas, además beneficia a la asociación para darse a conocer y sumar voluntarios, donantes o socios.

**9. ¿Consideran la necesidad de contar con un comunicador?**

Es importante ya que del equipo de socios y voluntarios no hay comunicadores, solo de otras ciencias y la existencia de un comunicador fortalecerá la asociación para fortalecer la imagen de la asociación.



## Estrategia 1: guiones para grabación de 4 videos.

### GUION

Asociación Integral Altruista Donando Amor —Donamor -

Fecha	07 de julio de 2018
Spot	Filosofía organizacional
Duración	1 minuto
Redacción	Bathsheba Ceballos
Personaje	Mgtr. Samuel Santos Misión Mgtr. Àngela Hochstrasser Visión, Lcda. María Oliva-Valores,
Medio	Red social Facebook y pagina web
Música fondo	Instrumental

#### Leed

Filosofía empresarial

#### Spot

<p><b>Te invito a conocer la Asociación Donamor.</b></p> <p>Espacio -----</p> <p><b>Nuestra Misión:</b></p> <p>En Donamor somos una organización civil, guatemalteca, implementamos programas de desarrollo integral y prevención de violencia dirigidos a la niñez y adolescencia en riesgo social, para mejorar su calidad de vida y romper ciclos de violencia y pobreza.</p> <p>Espacio -----</p> <p><b>Nuestra Visión</b></p> <p>Nuestra visión es 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.</p> <p>Espacio -----</p> <p><b>Nuestros Valores:</b></p> <p>EN DONAMOR</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Trabajamos con <b>transparencia, honestidad y excelencia.</b></li><li>• Promovemos <b>la equidad y dignidad</b> del ser humano.</li><li>• Nos basamos en el <b>respeto</b> a cada persona como creación de Dios, sin discriminación alguna.</li></ul> <p>Sello (ira escrito en el cintillo) Donamor contribuyendo al desarrollo integral de la niñez y adolescencia.</p>
--

GUIÓN

Asociación Integral Altruista Donando Amor --Donamor -

Fecha	07 de julio de 2018
Spot	Presentación institucional
Duración	1 minuto.
Redacción	Bathsheba Ceballos
Medio	Red social Facebook y pagina web
Música fondo	Instrumental

**Leed**

Que hace DONAMOR
------------------

**Spot**

<p>Asociación Donamor es una organización civil, que implementa programas de desarrollo integral y prevención de violencia dirigidos a la niñez y adolescencia en riesgo social.</p> <p>Espacio -----</p> <p>Contamos con los programas: Conviviendo con Valores CONVIVA; Promoción de la Educación Integral en Sexualidad –EIS; Proyectos comunitarios; Proyecto Visión 20/20 y Becas Donamor</p> <p>Espacio -----</p> <p>Nuestro grupo objetivo y actividades:</p> <p>Con adolescentes de establecimientos públicos desarrollamos Talleres, campamentos, cursos libres, escuela de vacaciones y atención psicológica.</p> <p>Con Educadores y Directores realizamos Talleres y capacitaciones.</p> <p>Con Padres, madres y encargados de familia hacemos Escuela para padres y orientación familiar.</p>
Sello Donamor contribuyendo al desarrollo integral de la niñez y adolescencia.



GUIÓN

Asociación Integral Altruista Donando Amor –Donamor-

Fecha	07 de julio de 2018
Spot	Invitación Socios Donante
Duración	1 minuto
Redacción	Bathsheba Ceballos
Personaje	Damaris Oliva
Medio	Red social Facebook y pagina web
Música fondo	Instrumental

**Leed**

Invitación a ser parte de la asociación como Socios o Donantes
--

**Spot**

	Tiempo- música
<p>En Asociación Donamor deseamos continuar con nuestros programas y seguir beneficiando a la niñez y adolescencia de nuestro país.</p> <p>Espacio -----</p> <p>Por ello invitamos a personas particulares, empresas nacionales o extranjeras que quieran ser socios o donantes de la asociación.</p> <p>Espacio -----</p> <p>Como socio, aportas una cuota mensual y puedes participar en las asambleas generales para toma de decisiones, podrías ser electo y desempeñar un cargo dentro de la institución.</p> <p>Espacio -----</p> <p>Si eres un Donante puedes hacer un aporte económico único o con artículos de higiene personal, de necesidad básica como víveres, zapatos, vitaminas u otros.</p> <p>Espacio -----</p> <p>¿Te gustaría ser parte de asociación? llámanos o escríbenos.</p>	<p>2 segundos de sonido (intensidad alta)</p> <p>6 segundos sonido de fondo puede bajar gradualmente</p> <p>1 segundo de sonido de fondo</p> <p>6 segundos (enfaticar) sonido de fondo se mantiene moderado</p> <p>1 segundo de sonido de fondo</p> <p>4 segundos (resaltar) se mantiene sonido de fondo</p> <p>1 segundo de sonido de fondo</p>
<p>Sello (ira escrito en el cintillo)</p> <p><b>Donamor contribuyendo al desarrollo integral de la niñez y adolescencia.</b></p>	<p>4 segundos (se baja sonido de fondo y se intensifica el sello)</p>

**GUIÓN**

Asociación Integral Altruista Donando Amor –Donamor-

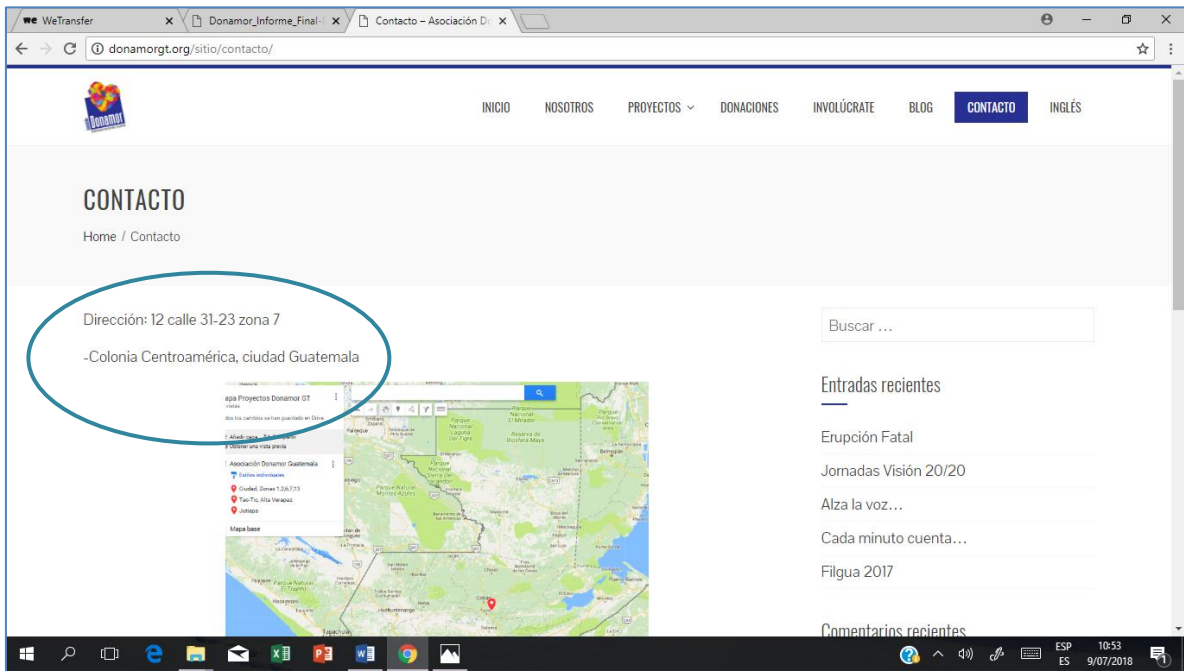
Fecha	07 de julio de 2018
Spot	Invitación a Voluntariado
Duración	1 minuto
Redacción	Bathsheba Ceballos
Personaje	Damaris Oliva de Craft Secretaria de la Junta Directiva Donamor
Medio	Red social Facebook y pagina web
Música fondo	Instrumental

**Leed**

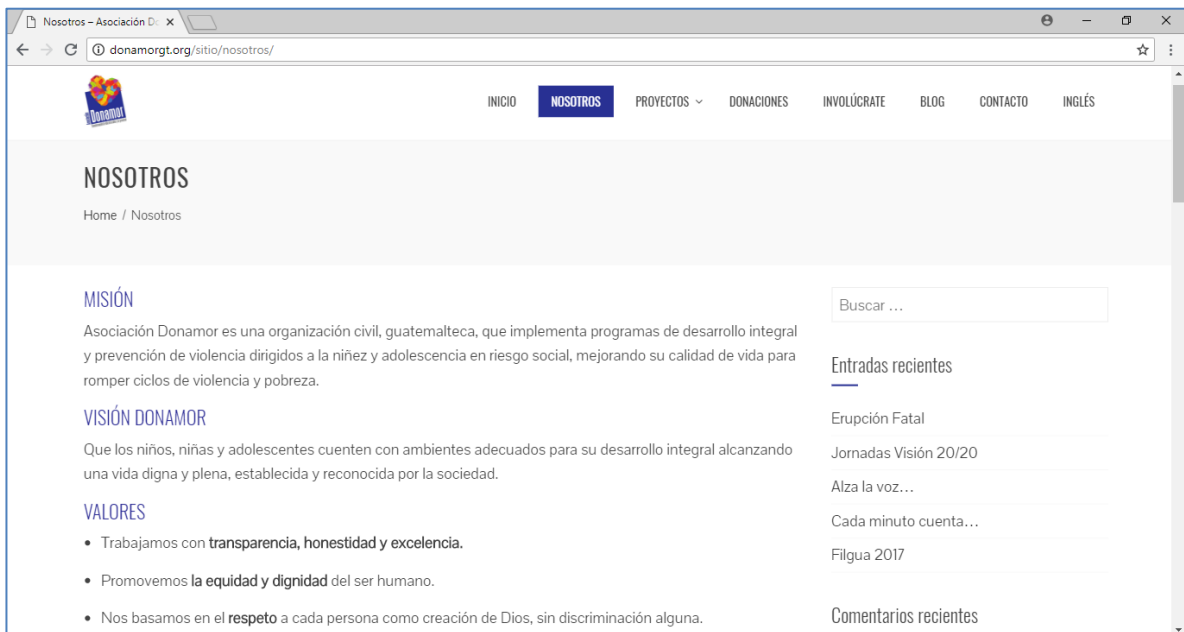
Invitación a voluntariado

**Spot**

<p>Asociación Donamor te invita para ser parte de su grupo de voluntarios donando tu tiempo y talento.</p> <p>Espacio -----</p> <p>Como lo puedes hacer:</p> <p>Participando con la asociación en sus distintos programas dirigidos a la niñez y adolescencia en escuelas e institutos y dando ayuda a personas necesitadas</p> <p>Espacio -----</p> <p>Te gustaría ser parte de tan loable labor llámanos o escríbenos.</p> <p>(Cuando digan este mensaje que apunten con el dedo índice hacia abajo)</p> <p>Espacio -----</p>
<p>Sello (ira escrito en el cintillo)</p> <p>Donamor contribuyendo al desarrollo integral de la niñez y adolescencia.</p>



Imágenes de la actualización de información de contacto que se realizó en la página web por la epeista Batsheba Ceballos.



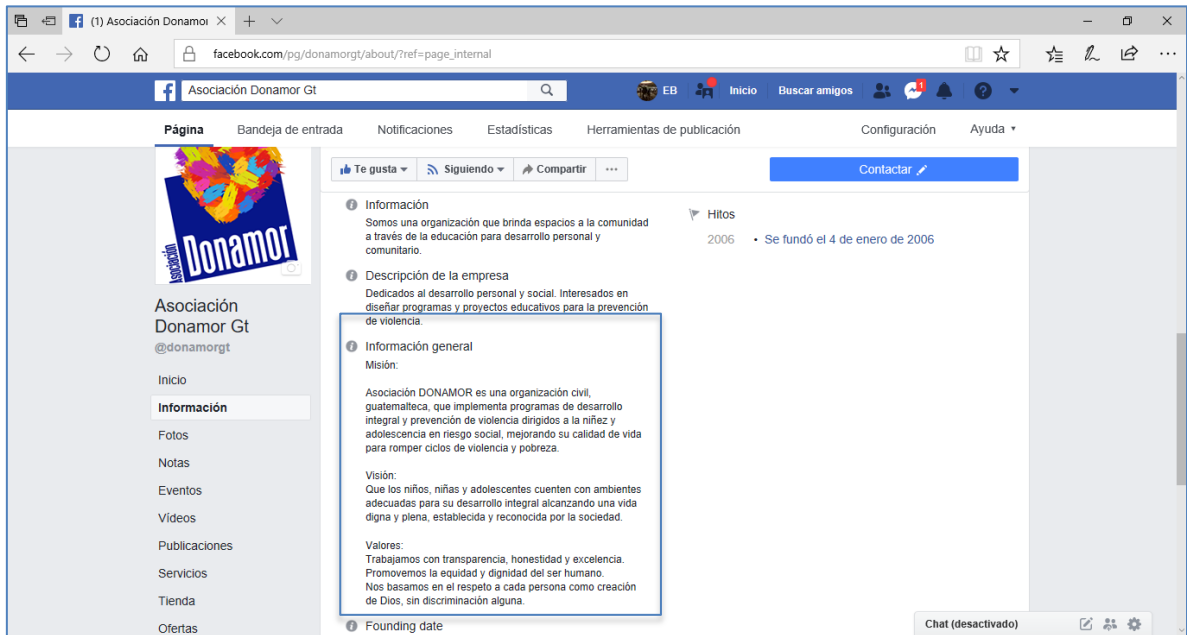
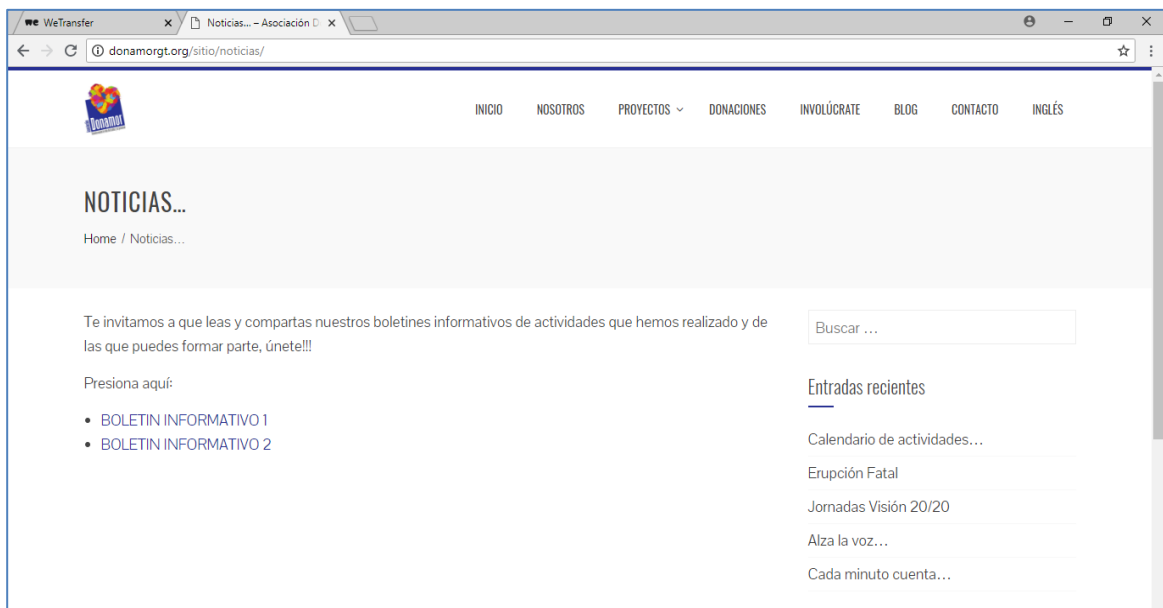
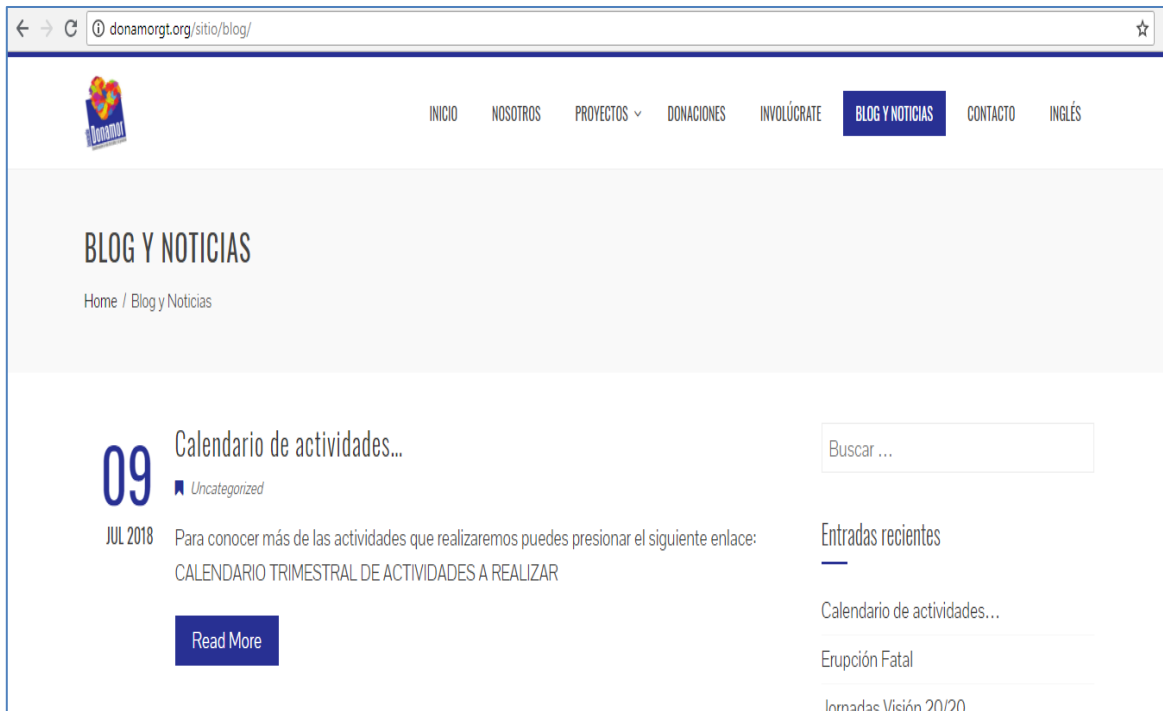


Imagen de la actualización de misión visión y valores en la página web por la epesista Bathsheba Ceballos.



Imagen de la actualización de foto de portada en la fan page de Facebook por la epesista Bathsheba Ceballos



Imágenes de actualización de la página web en la que se agregó la etiqueta de blog un espacio para noticias y publicar el calendario trimestral de actividades y boletines informativos realizado por la epesista Bathsheba Ceballos.

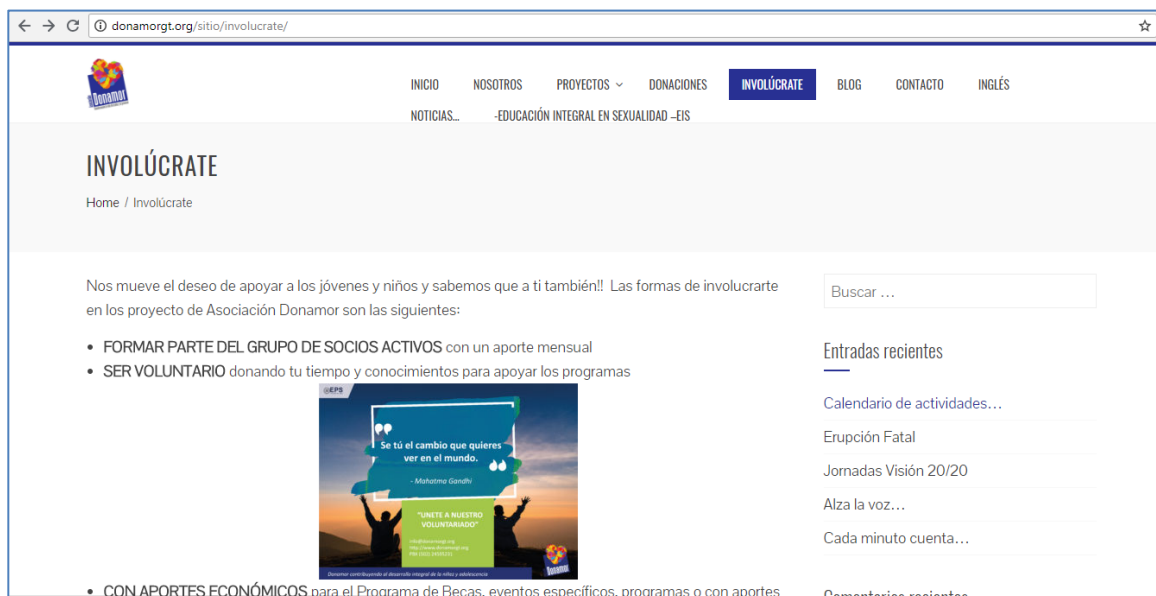


Imagen de actualización de la página web en la que se publicó post para invitar a formar parte del voluntariado realizado por la epesista Bathsheba Ceballos.



Imágenes de los artes finales de 12 infografías utilizando la etiqueta “Valores para la vida” realizado por la epesista Bathsheba Ceballos.

El valor de la **EMPATIA**

Es la capacidad de las personas de ponerse en el lugar de otra persona y dejar a un lado los prejuicios.

El valor de la **AMISTAD**

La amistad es un vínculo de afecto, respeto, empatía, apoyo, aprecio y sinceridad.

El valor de la **SOLIDARIDAD**

Es compartir buenos y malos momentos, ayudar a quien lo necesita.

El valor del **AMOR**

Es el más grande de todos los valores. Gracias mamá por inculcarme los valores necesarios para la vida.

El valor de la **CONVIVENCIA**

Es trabajar en equipo, ser tolerante y reconocer mis errores.

Día Internacional de la Eliminación de la No violencia contra la mujer.

**¡ALTO!**

También es violencia contra la niñez

SOMOS **NIÑOS** y tenemos **DERECHO** a

Los niños, niñas y adolescentes tenemos derecho a un desarrollo digno e integral.

El valor del **RESPECTO A LAS NIÑAS**

Las niñas deben ser respetadas (sin importar etnia, cultura o religión), ellas también tienen derecho a una vida digna y a un desarrollo integral.

Imágenes de los artes finales de 12 infografías utilizando la etiqueta “Valores para la vida” realizado por la epesista Bathsheba Ceballos.



Imagen del arte final del calendario trimestral digital elaborado por la epesista Erasma Bathsheba Ceballos Rodríguez.



Imágenes de los artes finales de infografías utilizando la interrogante ¿Sabías qué? realizado por la epesista Bathsheba Ceballos



EPS

**¿SABÍAS QUÉ?**

DONAMOR trabaja en fortalecer los lazos de comunicación entre padres de familia y

EPS


**¿SABÍAS QUÉ?**

DONAMOR es una organización civil, guatemalteca, no partidista, que implementa programas de prevención y desarrollo integral

EPS

**¿SABÍAS QUÉ?**


DONAMOR trabaja proyectos con población en situación de vulnerabilidad, además fomenta la participación ciudadana.



EPS

**¿SABÍAS QUÉ?**

Solo tú puedes tocar tu cuerpo porque es único y se respeta, nadie te puede agredir.



EPS

**¿SABÍAS QUÉ?**

El amor no lastima, no permitas que te agredan



EPS

**¿SABÍAS QUÉ?**

Nadie puede obligarte a exponer tu cuerpo.



Imágenes de los artes finales de infografías utilizando la interrogante ¿Sabías qué? realizados por la epesista Bathsheba Ceballos



Imágenes de los artes finales de infografías utilizando la interrogante ¿Sabías qué? realizados por la epesista Bathsheba Ceballos.

2018		julio 				
LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
25	26	27	28	29	30	01
02	03	04	05	06	07	08
09 Publicar infografía Valores para la vida.	10 Actualizar portada facebook	11	12	13 Publicar infografía Sabias Qué?	14	15 Día Mundial de las habilidades de la Juventud.
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30 Día Internacional de la Amistad.	31	Notas: <b>Temas en prevención de violencia para escribir y publicar.</b>				



Imagen de formato de calendario editorial digital elaborado por la epesista realizado por la epesista Bathsbeba Ceballos.



Imágenes de los artes finales de portadas para redes sociales Facebook y Twitter realizados por la epesista Bathsbeba Ceballos



Imágenes de los artes finales de portadas para redes sociales Facebook y Twitter realizados por la epesista Bathsbeba Ceballos

**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 Donamor contribuyendo al 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 Donamor contribuyendo al desarrollo integral de la niñez y adolescencia

**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 Donamor contribuyendo al desarrollo integral de la niñez y adolescencia

de Asociación Donamor realizados por la epesista Bathsbeba Ceballos.

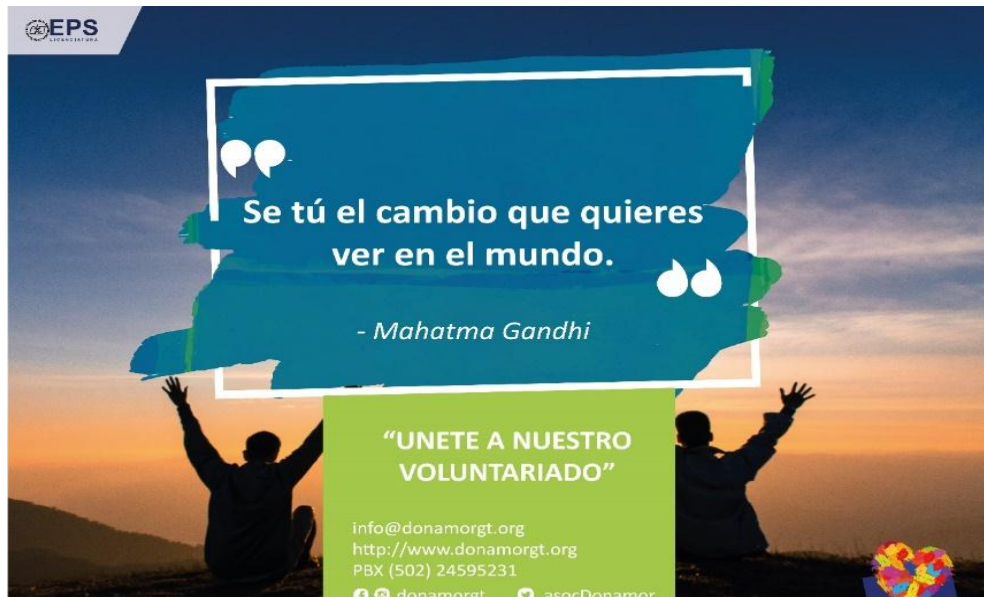


Imagen de arte final de post para invitar al voluntariado realizado por la epeista Bathsheba Ceballos

Publicaciones programadas	Programada (UTC-06)
<input type="checkbox"/> Publicaciones	
<input type="checkbox"/> #ValoresParaLaVida #ElValorDeLaConvivencia Donamor contribuyendo al desarrollo integral de la niñez y adolescencia.	1 de agosto de 2018 a las 7:00 Ceballos EB
<input type="checkbox"/> #SabíasQué? Donamor contribuyendo al desarrollo integral de la niñez y adolescencia.	15 de agosto de 2018 a las 0:00 Ceballos EB
<input type="checkbox"/> #ValoresParaLaVida #ElValorDeLaPuntualidad Donamor contribuyendo al desarrollo integral de la niñez y adolescencia.	1 de septiembre de 2018 a las 7:00 Ceballos EB
<input type="checkbox"/> #SabíasQué? Donamor contribuyendo al desarrollo integral de la niñez y adolescencia.	14 de septiembre de 2018 a las 7:00 Ceballos EB
<input type="checkbox"/> #ValoresParaLaVida #SomosNiñosYTenemosDerechos Donamor contribuyendo al desarrollo integral de la niñez y adolescencia.	1 de octubre de 2018 a las 7:00 Ceballos EB
<input type="checkbox"/> #ValoresParaLaVida #DíaInternacionalDeLaNiña "Todos los días, las niñas hacen frente a discriminación y la violencia en todo el"	11 de octubre de 2018 a las 6:30 Ceballos EB
<input type="checkbox"/> #SabíasQué? Donamor contribuyendo al desarrollo integral de la niñez y adolescencia.	13 de octubre de 2018 a las 7:00 Ceballos EB

Imagen de post programados sobre valores y Sabías qué? en la fan page proyecto a cargo de la epeista Bathsheba Ceballos.

## Estrategia 2

**EPS** **Donamor**

Boletín informativo número 1. Guatemala, 27 de junio de 2018.

### DONAMOR presenta resultados de estudio en Asamblea General Ordinaria de la Red de Derivación Metropolitana del Ministerio Público.



La Asociación Integral Altruista Donando Amor –DONAMOR–, presentó resultados de estudio realizado “Estudio sobre Juventud y Sexualidad en la ciudad de Guatemala” en la Asamblea General Ordinaria de la Red de Derivación Metropolitana del Ministerio Público; red en la que DONAMOR forma parte.

En otra de las preguntas que refiere el estudio ¿A quién o a dónde puede acudir una persona víctima de abuso sexual? Resultados de la encuesta indicaron que el 41 % dijo que va a sus familiares.

Afortunadamente el 91 % de padres y madres de familia ven la necesidad de que se incremente la educación integral en los establecimientos educativos, esto representa una gran oportunidad para introducir cambios en el proceso de educación más allá de las aulas, en donde la participación de entidades del estado son vitales como el Ministerio de Educación y el Ministerio de Salud provean los servicios de atención.

**80 % de los jóvenes encuestados en el casco urbano no sabe que es o a que se refiere la Educación Integral en Sexualidad –EIS–.**

Fuente DONAMOR

*“Necesitamos darle atención a mujeres a niños y niñas a adultos inclusive que son víctimas de maltrato, entre otros grupos prioritarios que también son vulnerables, las necesidades de atención son múltiples y por eso la importancia de la consolidación de la Red de Derivación*

**EPS** **Donamor**

Boletín informativo número 1. Guatemala, 27 de junio de 2018

El Fiscal de Distrito Metropolitano y quien tiene a cargo la Dirección Administrativa de la Oficina de Atención a Víctimas en la ciudad de Guatemala del Ministerio Público. Licenciado Luis Arturo Archila indicó “es importante y necesario poder tener esas reuniones para poder coordinar el trabajo que realiza la Red de Derivación, resalta la importancia de las instituciones preocupadas en poder ayudar y hacer que el crecimiento de la red de derivación pueda ser de una mejor manera y que pueda haber más cobertura” Finalizó.

**4 de cada 10 estudiantes no habla con nadie sobre sexualidad,**

Fuente DONAMOR

**91 % de padres y madres de familia ven la necesidad de que se incremente la EIS en los establecimientos educativos.**

Fuente: DONAMOR



Donamor contribuyendo al desarrollo integral de la niñez y adolescencia

**EPS** **Donamor**

Boletín Informativo No. 2 Guatemala, 4 de julio del 2018.

### DONAMOR BENEFICIA A ALUMNAS CON LENTES



DONAMOR a través de su programa Proyecto Visión 2020 benefició con lentes a 13 alumnas de la Escuela normal para maestras del hogar María G. Bock, gracias al señor Carlos Mendoza un docente extranjero, quien desde el año 2016 ha contribuido con la visión de la niñez y adolescencia de distintos establecimientos educativos, con este proyecto se ayuda a minimizar las tasas de deserción escolar en las y los estudiantes. Hasta la fecha ha beneficiado a más de 500 estudiantes.

Además a las alumnas se les entregó un tratamiento de lentes para la visión, los estudiantes beneficiadas y la Directora del establecimiento Licenciada Justita Santos Moray agradecieron a DONAMOR por llevar estos beneficios a la escuela ya que los necesitaban y esto contribuyó para que puedan realizar de una mejor manera las tareas que les asignan y a la vez motivar a DONAMOR continuar con sus actividades.



**DONAMOR desea beneficiar a más niños, niñas y adolescentes por ello invita a personas particulares, o empresas nacionales o extranjeras para formar parte de los comités, donantes o voluntarios de la asociación.**



“Donamor contribuyendo al desarrollo integral de la niñez y adolescencia”



**EPS** **Donamor**

Boletín informativo No. 3 Guatemala, 11 de julio del 2018.

### SOCIALIZACIÓN DE “ESTUDIO SOBRE JUVENTUD Y SEXUALIDAD EN LA CIUDAD DE GUATEMALA: A REPRESENTANTES DEL ÁREA DE SALUD REPRODUCTIVA MSPAS



Personal de la Asociación Integral Altruista Donando Amor –DONAMOR– sostuvo reunión con profesionales representantes del Área de Salud Reproductiva del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social –MSPAS– con el fin de socializar y sensibilizar resultados de “Estudio sobre Juventud y Sexualidad en la ciudad de Guatemala” además dieron a conocer el trabajo que realizan en centros educativos y dos comunidades para el fortalecimiento comunitario en el municipio de Tactic departamento de Alta Verapaz y municipio de Comapa, departamento de Jutiapa.

El Licenciado Samuel Santos socio fundador de DONAMOR indicó que el programa Convivencia y Valores –CONIVA– canaliza la energía de los adolescentes de cada establecimiento educativo e involucra a madres, padres y/o encargados de familia, docentes y personal educativo, también fortalecen las capacidades de sus integrantes y coadyuvan a enfrentar las situaciones de riesgo que estimulan la violencia”, así mismo se tiene escuela para madres y padres.

Entre otras actividades realizan campamentos juveniles donde está la participación protagónica del estudiante con foros, conversatorios, campañas de concientización, jornadas de salud, jornadas de visión, escuela de vacaciones, actividades deportivas y manualidades, puntualizó Santos.

De los datos que se destacan en el informe “Estudio sobre Juventud y Sexualidad en la ciudad de Guatemala” refleja que el 80% de los jóvenes encuestados no saben que es la Educación Integral en Sexualidad –EIS–, además el 40% de los adolescentes al preguntárles con quien habla sobre sexualidad respondieron que con la madre por lo que es importante tener los conocimientos necesarios para poder educarlos sobre EIS, mientras que el 34 % de los adolescentes respondieron que no hablan con ninguno sobre sexualidad, por lo que surge la necesidad de ir trabajando e ir negociando desde distintos puntos, indicó la Coordinadora de Proyectos de DONAMOR Licenciada María Oliva.

Representantes de Salud Sexual y Reproductiva del MSPAS indicaron que es necesario abordar el tema de sexualidad desde la niñez, para evitar que sea un tema tabú.

Dentro de las recomendaciones del estudio indican que es necesario que el Ministerio de Educación y el MSPAS replanteen las estrategias de Educación Integral en Sexualidad para hacerlas funcionales, también es necesario crear programas académicos con planteamientos científicos y éticos con el fortalecimiento de educación sexual basado en derechos humanos expresó Oliva.

“Despertar en los jóvenes el deseo firme de ser protagonistas de su propia historia y no víctimas de las circunstancias” Lic. Samuel Santos DONAMOR

Donamor contribuyendo al desarrollo integral de la niñez y adolescencia

Imágenes de los boletines informativos realizados por la epesista Bathsheba Ceballos

**EPS**  
LICENCIATURA

Boletín informativo No.4  
Guatemala, 18 de julio del 2018.

**Donamor**

### DIPUTADOS RECONOCEN LA IMPORTANCIA DEL TRABAJO DE DONAMOR

Representantes de la Asociación Integral Atravesada Donando Amor -DONAMOR-, presentaron los resultados del estudio "Juventud y Sexualidad en la ciudad de Guatemala" en el Congreso de la República a diputados de la Comisión Nacional de la Juventud, además entregaron de forma oficial el ejemplar.

El estudio refleja la importancia de abordar temas de educación sexual desde los hogares y centros de estudio, ya que hay desconocimiento de parte de los adolescentes.

Durante la presentación se les solicitó a los señores diputados que se tomen las medidas necesarias y urgentes para mayor inversión a los entes que atienden el tema, para contratación de personal, insumos didácticos, el fortalecimiento al acceso a servicios de Salud Sexual y Reproductiva y la Aprobación de la iniciativa 3295 "Ley de desarrollo integral de las Juventudes".

El diputado Leonardo Carney Curup reconoció la importancia del trabajo de la asociación catalogándola como noble enfatizando que indudablemente coadyuvará para que haya una mayor atención en el tema de Educación Integral en Sexualidad -EIS- para los niños y adolescentes y que DONAMOR pueda hacer sus aportes en el tema.

Así mismo la Diputada Andrea Vilagrán Vice Presidenta de la Comisión de la Juventud agradeció a DONAMOR por presentar el estudio e indicó que es fundamental para tener los elementos suficientes y sólidos que respalden la necesidad que como jóvenes se tiene de tener acceso a la EIS, y destacó que es alarmante la situación que los jóvenes están viviendo por falta de -EIS-, lo que debe de ser una obligación del estado de informar de una forma adecuada por parte de las instituciones a los jóvenes.

En la sesión también se contó con la participación de diferentes entidades representativas de colectivos juveniles de las Universidades de San Carlos de Guatemala y Rafael Landívar, Asociación de Salud Integral -ASI- y línea de ayuda 1540.

*Donamor contribuyendo al desarrollo integral de la niñez y adolescencia*

Imagen de boletín informativo realizado por la epesista Bathsheba Ceballos

**2018**

**CALENDARIO TRIMESTRAL DE ACTIVIDADES A REALIZAR**

**Donamor**

**JULIO**

- 10 y 31- Taller "Cada minuto cuenta" para identificar y atender a víctimas de Violencia Sexual, con estudiantes del Instituto Centro América -INCA-
- 12 y 31- Talleres con estudiantes sobre valores humanos y espirituales en el Instituto Adrián Zapata.
- 12 al 20 -Inauguración de las Mesas Estudiantiles.
- 16 al 21- Negociaciones para la Red de Docentes.
- 18- 24- Socialización del Estudio Juventud y Sexualidad con instituciones del sector religioso.
- 30- Inauguración del diplomado para docentes "EDUCACIÓN INTEGRAL EN SEXUALIDAD Y LA RELACIÓN CON LA PEDAGOGÍA DEL SIGLO XXI"

**AGOSTO**

- 7 y 21 Desarrollo de talleres con estudiantes sobre valores humanos y espirituales en el Instituto Adrián Zapata.
- 8, 22 y 29 Socialización del Estudio Juventud y Sexualidad con las comisiones del poder legislativo.
- 17 Inauguración de la escuela para padres líderes.
- 27 Incorporación de Donamor a la Mesa Nacional de Educación Integral en Sexualidad -MENEIS-.
- 1 al 31- Desarrollo del diplomado para docentes "EDUCACIÓN INTEGRAL EN SEXUALIDAD Y LA RELACIÓN CON LA PEDAGOGÍA DEL SIGLO XXI".

**SEPTIEMBRE**

- 3 al 28 -Desarrollo del diplomado para docentes "EDUCACIÓN INTEGRAL EN SEXUALIDAD Y LA RELACIÓN CON LA PEDAGOGÍA DEL SIGLO XXI".
- 3 al 28- Talleres Intra aula sobre EIS.
- 4 al 12- Mesas estudiantiles de dialogo.
- 18- Encuentro extraescolar de las mesas estudiantiles.
- 5, 7, 12, 14, 19, 21 y 26- Socialización del Estudio Juventud y Sexualidad con instituciones de gobierno que brindan servicios y atención a adolescentes.

**2018**

**EPS**  
LICENCIATURA

*Donamor contribuyendo al desarrollo integral de la niñez y adolescencia*

Imagen del calendario digital trimestral realizado por la epesista Bathsheba Ceballos .

### Estrategia 3

**EPS LICENCIATURA**

Lista de asistencia  
Taller "Como hacer visible a mi organización en medios de comunicación"

Lugar del evento: 8ª. Calle y 31 avenida "A" zona 7, Colonia Centro América, Guatemala, ciudad.  
Fecha: 19-06-2018 Coordinador evento: Bathsheba Ceballos

No.	Nombres y apellidos del asistente	Cargo	Sede o entidad a la que pertenece	Firma
01	Samuel Santos	Director	Donamor	[Firma]
02	Bathsheba Ceballos	Coordinadora	Donamor	[Firma]
03	María Angélica Oliva	Coordinadora	Donamor	[Firma]
04	María Angélica Oliva	Coordinadora	Donamor	[Firma]
05	Angela Hirschler	Coordinadora	Donamor	[Firma]
06	Alba Patricia Guzmán	Coordinadora	Donamor	[Firma]

"Donamor trabajando para la niñez y adolescencia libre de violencia"

**EPS LICENCIATURA**

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

Taller  
"Como hacer visible a mi organización en medios de comunicación"

**AGENDA**

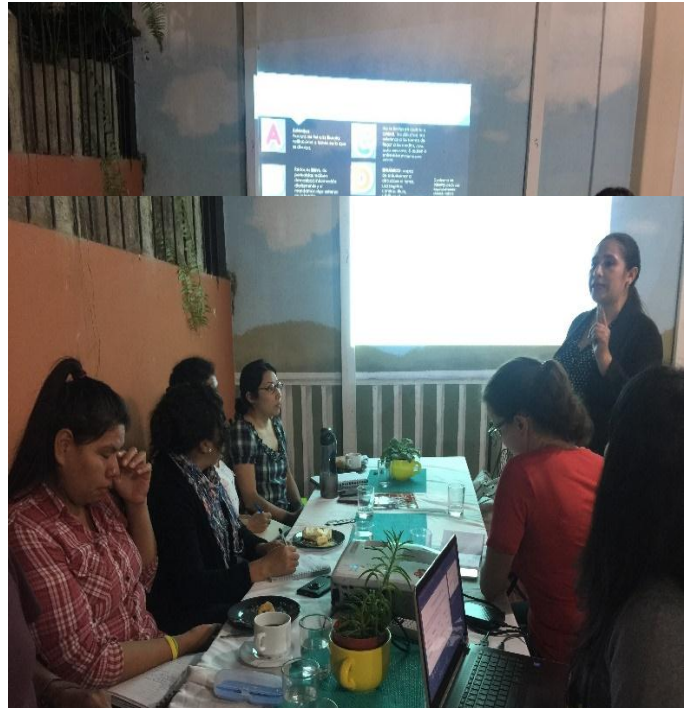
Hora	Actividad	Responsable
18:00	Registro de participantes	
18:10	Bienvenida Presentación	Moderadora Bathsheba Ceballos
18:15 A	Organizaciones visibles y técnicas periodísticas	Licda. Norma Joj
18:50 A	Protocolo	Licda. Manola Santa Cruz
19:25 A	Espacio para 3 preguntas	
19:35 A	Palabras de agradecimiento	Lic- Samuel Santos

organización en medios de comunicación" y agenda.



Imágenes del "Taller como hacer visible a mi organización en medios de comunicación" impartido a integrantes de Junta Directiva de Asociación Donamor taller a cargo de la epesista Bathsheba Ceballos.





Imágenes del “Taller como hacer visible a mi organización en medios de comunicación” impartido a integrantes de Junta Directiva de Asociación Donamor taller a cargo de la epesista Bathsheba Ceballos.

## Estrategia 4

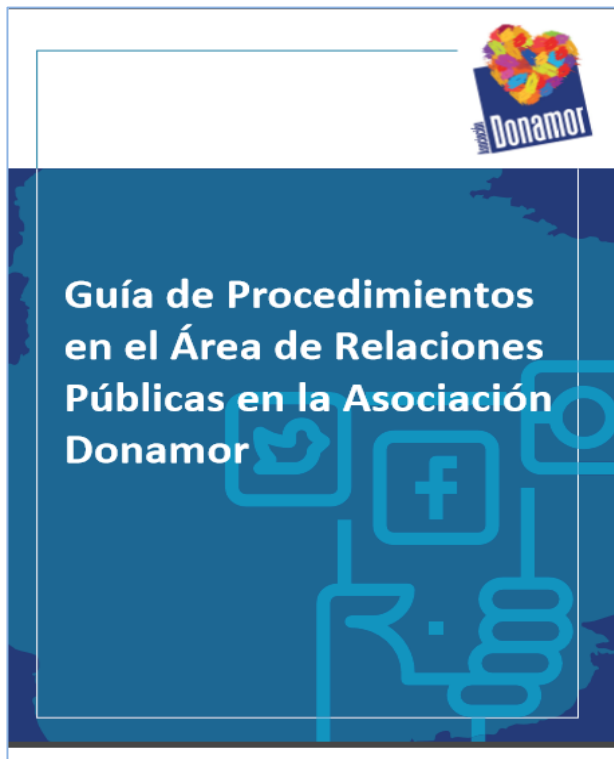


Tabla de contenido	
Introducción	3
Acrónimos	4
1. Relaciones Públicas	6
2. Monitoreo de medios de comunicación	6
3. Protocolo y Montaje de eventos	7
4. Conferencias de Prensa	7
5. Comunicado de Prensa	8
6. Atención a medios de comunicación	9
7. Material Audiovisual	9



**Tabla de contenido**

Introducción
1. Protocolo
2. Ceremonial
3. Acto
4. Evento
5. Conferencias
6. Eventos
7. Comidas de trabajo
8. Precedencia
9. Vocativos
10. Posición de bandera
11. Agenda montaje

Imágenes de portadas y tablas de contenido de Guía de Procedimientos en el Área de Relaciones Públicas y Protocolo realizadas por la epesista Bathsheba Ceballos

### Estrategia 5

## ¿QUIÉNES SOMOS?

### MISIÓN

Asociación Donamor es una organización civil, guatemalteca, no partidista, que implementa programas educativos 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.

### 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.

### VALORES

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

¿Te gustaría contribuir con la niñez y adolescencia de Guatemala para que tengan mejores oportunidades?

Puedes hacerlo de la siguiente manera:

**APADRINA A UNA NIÑA O NIÑO**  
Con una cuota mensual de Q.150.00\*

**PARTICIPA COMO VOLUNTARIO O VOLUNTARIA**  
en los diversos proyectos y actividades

**ÚNETE COMO SOCIO DE DONAMOR**  
Podrás participar en las asambleas generales para toma de decisiones, podrás ser electo para desempeñar un cargo.

Socio oro mensual  
*Individual Q.200.00 Pareja Q.300.00\**

Socio plata mensual  
*Individual Q.100.00 Pareja Q.150.00\**

**APORTE ECONÓMICO (ÚNICO)\***

**DONACIÓN DE PRODUCTOS**  
Artículos de higiene personal y de necesidad básica\*

\*Siempre obtendrás un recibo autorizado por la SAT.

**CONTÁCTANOS**

☎ 24595231  
 🌐 [www.donamorgt.org](http://www.donamorgt.org)  
 ✉ [info@donamorgt.org](mailto:info@donamorgt.org)  
 📱 donamorgt    asocDonamor

Puedes realizar tus donativos a través de las cuentas monetarias a nombre de Asociación Donamor en Banrural 3282074001, Banco Industrial 144-001315-7

Donamor

Asociación

*Donamor contribuyendo al desarrollo integral de la niñez y adolescencia*



Imágenes de artes finales de trifoliar de la Asociación Donamor realizado por la epesista Bathsheba Ceballos

**Estrategia 6.**



Imágenes en las que la epesista Bathsheba Ceballos hace entrega en Asociación de bandera institucional con asta.

## Estrategia 7

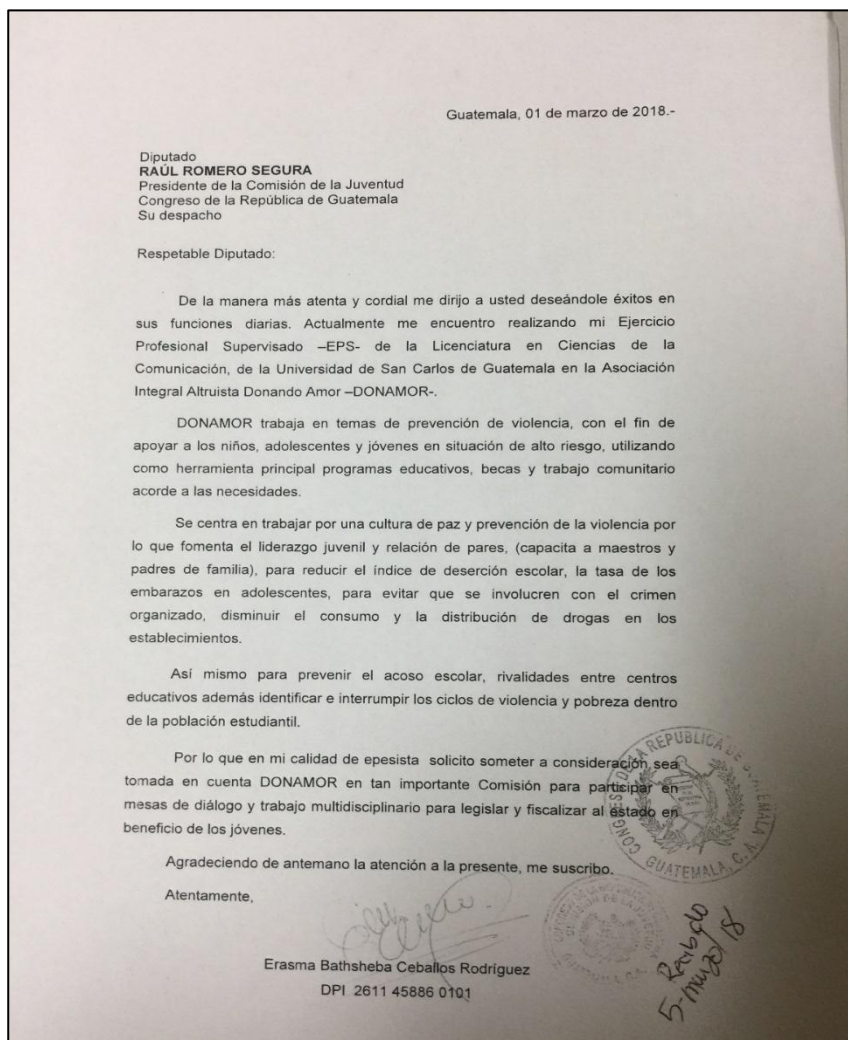


Imagen de carta enviada por la epesista Bathsheba Ceballos a Comisión de la Juventud del Congreso de la República.





Imágenes de la participación de Asociación Donamor en sesión de la Comisión Nacional de la Juventud del Congreso de la República como parte del trabajo de Relaciones Publica de epesista Bathsbeba Ceballos.

← Tweet

 **Andrea Villagrán**   
@avillagran502

En la [#ComisiónJuventud](#) junto a [@AsocDonamor](#) sobre la importancia de la Educación Integral Sexual para los Niños, Adolescentes y jóvenes; más que necesaria la Ley de desarrollo de juventudes. Informe Juventud y Sexualidad [donamorgt.org/sitio/wp-conte...](#)



Twittea tu respuesta

 **Andrea Villagrán**   
@avillagran502 Seguir

En la [#ComisiónJuventud](#) junto a [@AsocDonamor](#) sobre la importancia de la Educación Integral Sexual para los Niños, Adolescentes y jóvenes; más que necesaria la Ley de desarrollo de juventudes. Informe Juventud y Sexualidad [donamorgt.org/sitio/wp-conte...](#)



12:12 - 20 Jun. 2018 desde Guatemala

2 Retweets 8 Me gusta 

  2  8 



Imágenes de las publicaciones que realizaron los diputados Andrea Villagrán y Raúl Romero de la Comisión Nacional de la Juventud en la red social Twitter de sesión en la que participo Asociación Donamor.

## Estrategia 8

RADIO	NOMBRE	CARGO	CORREO ELECTRÓNICO	CELULAR	TELÉFONO	FAX
Radio Nuevo Mundo	Victor Ramirez	Periodista		56103871		
Radio Nuevo Mundo	Edgar Hernández	Periodista	<a href="mailto:jml12882@hotmail.com">jml12882@hotmail.com</a>	43156011		
Radio Nuevo Mundo	Erick García	Periodista		50167489		
Radio Punto	Hugo Morales	Periodista	<a href="mailto:hugomorales.comunicacion@gmail.com">hugomorales.comunicacion@gmail.com</a>	57773476		
Radio Mundial	Jorge Celis	Periodista	<a href="mailto:melvins1707@hotmail.com">melvins1707@hotmail.com</a>	52429857		
Radio Mundial	Javier Ramirez	Periodista		55611709		
Radio Mundial	Rosana Delgado	Periodista		34096084		
TGW	Jessica Chan	Periodista	<a href="mailto:chaniii19.02@gmail.com">chaniii19.02@gmail.com</a>	55150135		
TGW	Alejandro Esquite	Periodista	<a href="mailto:galiamendoza2489@gmail.com">galiamendoza2489@gmail.com</a>	55999584		
Radio Sonora	Raul Morales	Periodista	<a href="mailto:moraleslider@yahoo.com">moraleslider@yahoo.com</a>	55106808		
Radio Sonora	Raúl Tzian	Periodista	<a href="mailto:raulzian@yahoo.es">raulzian@yahoo.es</a>	59780961		
Radio Sonora	Yuri Alfonso López	Periodista	<a href="mailto:yuriafonsolopez@yahoo.com">yuriafonsolopez@yahoo.com</a>	59265937		
Comando Informativo	Jorge Celis	Periodista	<a href="mailto:jorge.celis@hotmail.com">jorge.celis@hotmail.com</a>	51844415		
Emisoras Unidas	Jaime Montenegro	Periodista	<a href="mailto:noticiasjaime@gmail.com">noticiasjaime@gmail.com</a>	30029691		
Radio Punto	Luisa Velásquez	Periodista	<a href="mailto:avelasquez@radiopunto.net">avelasquez@radiopunto.net</a>	55580424		
Radio Punto	Leslie Vanessa Sánchez	Periodista		41180716		
La Red Noticias	Fernando Andriño	Periodista		47707185		
La Red RCN	Lady Rodríguez	Periodista		54125515		
Emisoras Unidas	Felipe Valenzuela	Director	<a href="mailto:felipe.valenzuela@emisorasunidas.com">felipe.valenzuela@emisorasunidas.com</a>	2421-5353		
Emisoras Unidas	Julio López	Periodista		43156011		
Emisoras Unidas	Oscar Canel	Periodista		59811081		
Emisoras Unidas	karla Marroquín	Periodista		57416027		
Emisoras Unidas	Lester Ramirez	Periodista		57417395		
Emisoras Unidas	David Alvarado	Periodista		54121795		
Emisoras Unidas		Edición	<a href="mailto:patrullajeinformativo@emisorasunidas.com">patrullajeinformativo@emisorasunidas.com</a>		139-5140	24215314
comunicación	Oscar Coronado	Editor	<a href="mailto:ocoronado@radiopunto.net">ocoronado@radiopunto.net</a>		75	
Radio Punto	Samantha Guerrero	Editor	<a href="mailto:sguerrero@radiopunto.net">sguerrero@radiopunto.net</a>		73	
Sonora	Arnulfo Guzmán	Periodista		54176626		
Sonora	Jesreel Rivera	Editor 08:00 a 16:00	<a href="mailto:guzmanjrivera@sonora.com.gt">guzmanjrivera@sonora.com.gt</a>		24144800/EXT.15	<a href="mailto:noticias@sonora.com.gt">noticias@sonora.com.gt</a>
Radio Universidad	Lucy Chay	Coord. Gral. Edición	<a href="mailto:elinformativo.usac@yahoo.es">elinformativo.usac@yahoo.es</a>		22303066	
Radio Universidad	Magda Corado	Periodista		30153629		
Radio Universidad	Carlos Antonio Melgar	Periodista		51220233		
Radio Universidad	Leidy Velásquez	Editora tarde	<a href="mailto:velasquez.leidy@gmail.com">velasquez.leidy@gmail.com</a>		22303066	
<b>PRENSA ESCRITA</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>CARGO</b>	<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>	<b>CELULAR</b>	<b>TELÉFONO</b>	<b>FAX</b>



Imágenes que documentan a la epesista Bathsbeba Ceballos en distintas actividades para la realización de las estrategias ejecutadas.





Imágenes que documentan a la epesista Bathsbeba Ceballos en distintas actividades para la realización de las estrategias ejecutadas.







Imágenes que documentan a la epesista Bathsheba Ceballos en distintas actividades para la realización de las estrategias ejecutadas.

