

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



**“LA COMUNICACIÓN INTERNA COMO PIEZA CLAVE PARA MEJORAR LA
COMUNICACIÓN EXTERNA EN EL INSTITUTO INTERAMERICANO DE
COOPERACIÓN PARA LA AGRICULTURA -IICA- EN GUATEMALA”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

ELVIA ROSALINA COLO HEY

200719988

Previo a optar por el título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, octubre de 2019

Consejo Directivo:

Director:

M.S.c. Sergio Vinicio Morataya García

Representantes Docentes:

M.A Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trijillo

Representantes Estudiantiles:

Gabriela Eugenia Menegazzo

Herber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representante de Egresados:

M.A. Jhonny Michael González Batres

Secretaria:

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

Coordinador de EPS Licenciatura

M.A. Luis Arturo Pedroza Gaytán.

Supervisores de EPS Licenciatura

M.A. Evelin Lisseth Hernández Mazariegos

Lic. Josué Othoniel Andrade de la Cruz

Licda. Krista María Ramírez Nájera

DEDICATORIA

- A DIOS: Por la vida, por cada bendición derramada y por cada oportunidad que le ha brindado a mi vida.
- A MIS PADRES: Efraín Coló y Silvia Hey por sus oraciones cada día, por haberme formado con buenos principios y amor, lo que me ha hecho una mujer de bien.
- A MIS HIJOS: Ángel Gabriel, Scarlett Mariel y Fernando Danilo. Por su amor y paciencia, los amo con todo mi corazón.
- A MIS HERMANAS: Ayda Coló y Gilberta Coló quienes con sus consejos me han apoyado cada día.
- A JUAN FERNANDO: El amor de mi vida, quien me ha apoyado incondicionalmente, Gracias por su paciencia y amor que me ha instado a seguir adelante, aun cuando he estado a punto de caer.
- A MIS AMIGAS (OS) Quienes creyeron en mi desde el primer momento, por cada momento compartido durante mi vida colegial y universitaria, que me ha motivado a luchar por mis metas.

AGRADECIMIENTOS

A la UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA, donde me he forjado profesionalmente.

A la ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN y a todos los docentes quienes compartieron parte de sus conocimientos con mi persona.

A Lic. Luis Pedroza gracias por brindarme la oportunidad de realizar mi proyecto para culminar este proceso.

A MSc. Sergio Morataya, especial agradecimiento por brindarme el espacio en nuestra querida ECC.

A Lic. Josué Andrade por su asesoría y apoyo durante este proceso.

A Celeste Rosales quien con su experiencia me aconsejó y me apoyo cuando más lo necesité.

A Inga. María Febres por su apoyo y cariño incondicional.

A Misael Ortiz por su apoyo incondicional

A todo el personal IICA por su apoyo, colaboración y sobre todo su gran cariño, personas entusiastas y comprometidas con la Institución.

ÍNDICE

RESUMEN.....	I
INTRODUCCIÓN.....	II
JUSTIFICACIÓN.....	III

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO.....	1
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO.....	1
1.1.1. Objetivo General.....	1
1.1.2. Objetivos Específicos.....	1
1.2. LA INSTITUCIÓN - INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACIÓN PARA LA AGRICULTURA, IICA	
1.2.1. Ubicación Geográfica.....	1
1.2.2. Integración y Alianzas estratégicas.....	1
1.2.3. Antecedentes.....	2
1.2.4. Departamentos.....	4
1.2.5. Misión.....	4
1.2.6. Visión.....	4
1.2.7. Objetivos Institucionales.....	4
1.2.8. Público Objetivo.....	4
1.2.9. Organigrama.....	4
1.3. METODOLOGÍA	
1.3.1. Descripción del método.....	5
1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección.....	6
1.3.3. Cronograma del diagnóstico.....	7
1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS	
1.4.1. Gráficas e interpretaciones del resultado de las encuestas.....	8
1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN	
1.5.1. Fortalezas.....	11
1.5.2. Oportunidades.....	11
1.5.3. Debilidades.....	11
1.5.4. Amenazas.....	11

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN.....	12
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES.....	12
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN.....	13
2.1.1. Objetivo General.....	13
2.1.2. Objetivos Específicos.....	13
2.3. PÚBLICO OBJETIVO.....	13
2.4. MENSAJE.....	13
2.5. ESTRATEGIAS.....	13
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN.....	14

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN.....	18
3.1. PROYECTO DESARROLLADO.....	18
3.1.1. Financiamiento.....	18
3.1.2. Presupuesto.....	19
3.1.3. Beneficiarios.....	20
3.1.4. Recursos Humanos.....	20
3.1.5. Áreas Geográficas de Acción.....	21
3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS.....	21
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	23
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO.....	24
CONCLUSIONES.....	27
RECOMENDACIONES.....	27
GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	28
BIBLIOGRAFÍA.....	29
E GRAFÍA.....	29
ANEXOS.....	30

RESUMEN

Como requisito previo a la graduación de licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la ECC de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se denomina a cada estudiante a realizar 300 horas de práctica en una institución no lucrativa.

A continuación, se presenta la estrategia comunicacional del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) que inició con el planteamiento del diagnóstico, resultado de los procesos comunicativos.

Se estableció que el principal problema es la deficiencia en la comunicación interna el cual afecta el flujo de información para la comunicación externa debido a la carencia de personal especializado en comunicación que defina actividades de acuerdo al mismo entorno. Eso ocasiona un descuido de las actividades comunicacionales de la Institución para lo que se estableció una estrategia sólida que trae una serie de actividades preestablecidas que tuvieron el apoyo de giras de campo y la implementación de acciones de índole comunicacional que se ejecutaron en torno a la estrategia, avalado por el IICA y la ECC, con el fin de elevar el perfil comunicacional de la entidad.

Se considera que la mejor forma de empezar es desde lo interno, realizando acciones que motiven al personal a realizar mejor su trabajo y de esa manera sean más eficientes al trasladar la información para comunicar al público objetivo sobre acciones de la organización.

Los logros obtenidos en esta estrategia son considerables, las continuidades sobre los procesos iniciados tendrán como resultado el incremento de la visibilidad y posicionamiento del IICA como un ente de gran importancia en el desarrollo del sector agrícola nacional

INTRODUCCIÓN

El IICA es un organismo internacional especializado en agricultura y en el bienestar rural del sistema interamericano que dirige sus esfuerzos hacia el logro de una agricultura competitiva y sustentable para las Américas y es en esta institución en donde se implementó a partir de un diagnóstico comunicacional, una estrategia de visibilidad y posicionamiento.

Durante el diagnóstico en el IICA se procedió a establecer el problema comunicacional que consiste en el fortalecimiento de la comunicación interna y seguimiento a la comunicación externa por lo que se propuso como estrategia comunicacional trabajar primeramente con el personal interno para fomentar las relaciones humanas, promover el trabajo en equipo, impulsar la eficacia y eficiencia en los procesos de trabajo y motivar al personal para crear un mejor ambiente laboral. Así también agilizar el flujo de información para mejorar la comunicación externa, como parte de las actividades del Ejercicio Profesional Supervisado EPS, previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

Durante el periodo de práctica en el IICA se procedió a fijar el problema comunicacional el cual consiste en la deficiencia de procesos comunicacionales tanto internas como externas, así como la falta de personal especializado en la rama por lo que se propuso como estrategia comunicacional el fortalecimiento de la comunicación interna para mejorar la comunicación externa y que se atienda de forma prioritaria, delimitada y ordenada con el fin de incrementar el perfil comunicacional de la institución y la presencia del IICA en Guatemala

JUSTIFICACIÓN

El IICA sabe que hoy en día la comunicación es una herramienta estratégica fundamental en toda organización ya que se debe mantener una relación con otras instituciones o personas que se enfocan en lograr un objetivo en común para crear lazos y para ello se debe trabajar primeramente la comunicación interna y crear un buen ambiente de trabajo ya que cada uno de los empleados forma parte importante de la organización para que todo marche de la mejor manera.

Para la realización de sus actividades el IICA requiere de colaboración directa e indirecta de diversas personas e instituciones como: Oficina Central, Sede IICA en América, los cooperantes que son (ONG, embajadas, etc. Organismos Internacionales, entidades Gubernamentales, Instituciones Educativas, Beneficiarios, Medios de Comunicación, etc. Por lo que es importante establecer y mantener los canales de comunicación oportunos que faciliten el flujo de información desde y para el IICA.

El proyecto comunicación interna contiene la propuesta de una serie de actividades comunicacionales, establecidas profesionalmente en cuanto al contenido, contenido y forma, cuyo fin es fomentar la comunicación interna para mejorar la comunicación externa.

Las labores comunicacionales de la institución estarán cubiertas de manera eficaz y eficiente sin comprometer los horarios, y las actividades de las personas que actualmente las llevan a cabo. Así mismo con la realización de la práctica supervisada se ha logrado adquirir experiencia en el campo de las comunicaciones; especialmente de la comunicación estratégica.

1. Diagnóstico

1.1. Objetivos del Diagnóstico

1.1.1. Objetivo General del Diagnóstico:

Determinar el problema comunicacional después de un proceso de observación y análisis cualitativo entre los grupos de interés, siendo el personal interno, los socios estratégicos y los organismos de cooperación financiera que puedan tener interés en estos resultados.

1.1.2. Objetivos Específicos del Diagnóstico:

1. Conocer a fondo las actividades institucionales y a nivel interno.
2. Identificar cuáles han sido los procesos comunicacionales en la actualidad.
3. Identificar cual es la percepción del público objetivo en cuanto a las actividades del IICA

1.2 Institución

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA)

1.2.1 Ubicación

El Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA Guatemala) se ubica en la 7ma Avenida 14-44 Zona 9, Edificio La Galería, 4to Nivel, Oficina 402, Guatemala, Guatemala C.A.

1.2.2. Integración de Alianzas Estratégicas

Actualmente El Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA Guatemala) trabaja a través de proyectos que generen resultados concretos, mediante el uso efectivo y transparencia de todos los recursos humanos, financieros y de infraestructura de cada país.

Así mismo actúan mediante proyectos financiados por recursos externos provenientes de diversos socios, en los que el IICA asume la gestión técnica o administrativa trabajando en conjunto con el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación (MAGA), La Secretaría de Seguridad Alimentaria y Nutricional (SESAN), El Programa Mundial de Alimentos (PMA), Save the Children Guatemala, entre otros.

1.2.3. Antecedentes del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA)

Transcurrían los años críticos de la segunda guerra mundial. Europa había perdido su hegemonía sobre grandes zonas tropicales de Asia y otras se veían seriamente amenazadas. Frente a este escenario, era necesario recomponer la producción de cultivos estratégicos, como el hule (caucho), algunas fibras, plantas medicinales, así como el arroz, el té, las oleaginosas tropicales y las plantas para producir insecticidas, como la rotenona.

Era el momento de dar vida a un sueño que se venía gestando desde 1910. América se presentaba como la alternativa cálida para impulsar los cultivos y la ganadería tropical, para lo cual se debían establecer sistemas de investigación y enseñanza según las necesidades regionales.

Los esfuerzos por crear un Instituto que procurará la solución de los problemas de la región y la comprensión mutua de los líderes de la agricultura, se iniciaron al final de la primera década del siglo XX, cuando la Unión Panamericana. Hoy la Organización de los Estados Americanos (OEA), impulsó acciones en el ámbito del desarrollo agrícola.

1942: Gracias a la visión de personas como Henry Wallace, entonces Secretario de Agricultura de los EE.UU y Ernesto Molestina, Director General de Agricultura de Ecuador, quienes plantearon la idea y presentaron la resolución de creación, respectivamente, se fundó el Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas (IICA), cuya sede se estableció en Turrialba, Costa Rica, una zona considerada estratégica entre Suramérica y Norteamérica, con características típicas de la agricultura americana.

1943: Se inauguró oficialmente la primera Oficina de Campo del IICA (posteriormente pasó a ser el Centro de Enseñanza e Investigación) con la presencia del Presidente de Costa Rica, Rafael Ángel Calderón Guardia y el Vicepresidente de los Estados Unidos de América, Henry A. Wallace, acompañados por el Ministro de Agricultura de Costa Rica, Mariano Montealegre y el primer Director General del IICA, Earl N. Bressman.

1944: Se firmó la Primera Convención Multilateral del IICA, con la cual se logró su reconocimiento jurídico por parte de diferentes gobiernos americanos. La Excelencia en el desarrollo científico y académico constituyeron la sólida base para la posterior expansión del IICA.

1948: Se creó la OEA con ello el IICA se convirtió en el organismo especializado en agricultura del Sistema Interamericano y consolidó su labor al proyectar su acción en todos y cada uno de los países del hemisferio.

1964: Para este año 21 Estados Americanos de la OEA eran miembros del IICA.

Durante la época de los setenta, el IICA puso en ejecución una serie de programas especializados de índole multinacional orientados por una estrategia de proyección hemisférica y humanista. Las funciones propias de la investigación y enseñanza directas se separaron de las globales del Instituto.

1973: Se concretó la diferenciación con el establecimiento del Centro Agronómico Tropical de Investigación y enseñanza (CATIE), por medio de un Contrato de creación del CATIE, entre el Gobierno de Costa Rica y el IICA, aprobado por todos los países miembros.

1979: La nueva Convención del IICA, redefinió los propósitos del Instituto, ajustó sus acciones de cooperación con los países miembros y creó la Junta Interamericana de Agricultura (JIA), Como su nuevo órgano directivo. Este hecho implicó también la vigencia de un nuevo nombre para la organización: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. Para entonces la membresía se había ampliado a 29 países.

El IICA asumió el liderazgo en el desarrollo agropecuario e integración del continente americano. El lema de la modernización agropecuaria desplegado por el Instituto

cobró arraigo en América Latina y el Caribe, a la luz de profundas transformaciones en relación con las políticas económicas en el ámbito internacional.

1986: El Instituto coordinó el proceso de elaboración de un plan de alcance hemisférico orientado a la Reactivación Agropecuario. Fue así como nació el PLANALC, Plan de Acción Conjunta para la Reactivación Agropecuaria en América Latina y el Caribe. Esta propuesta se basó en la modernización de la agricultura y contó inicialmente con una amplia cartera de proyectos hemisféricos y subregionales.

Durante esa etapa de consolidación hemisférica, el Instituto puso en ejecución 38 proyectos multinacionales dirigidos a dinamizar el comercio agrícola intra y extra regional. También estableció y consolidó acuerdos de cooperación con países donantes y organismos internacionales interesados en solucionar los problemas agropecuarios encarados por la región de América Latina y el Caribe.

1993 - 2001: La cooperación técnica que ofrecía el IICA puso énfasis en la participación, la descentralización, la flexibilidad y la concentración. Por decisión de la OEA, la Junta Interamericana de Agricultura (JIA), órgano superior del IICA, se convirtió desde junio del 2000 en el principal foro hemisférico de rango ministerial para la Agricultura y la Vida Rural.

Posteriormente los jefes de Estado y de Gobierno de los países americanos, reunidos en la Tercera Cumbre de las Américas, ratificaron este acuerdo de la Asamblea General de la OEA, al instruir a los Ministros y Secretarios de Agricultura, para que en la reunión de la JIA, en noviembre del 2001, y en cooperación con el IICA: promuevan una acción conjunta de todos los actores del agro, orientada al mejoramiento de la agricultura y la vida rural y que permita la implementación de los planes de Acción de las Cumbres de las Américas.

Desde la creación del IICA, la agricultura de las Américas se ha fortalecido mediante la cooperación hemisférica. Hoy 34 oficinas se encuentran distribuidas a lo largo de todo el hemisferio y responden a las necesidades de los países en área como: Innovación tecnológica, sanidad agropecuaria e inocuidad de alimentos, agronegocios y comercialización, gestión en territorios y bienestar rural, seguridad alimentaria y recursos naturales y cambio climático.

Gracias a los esfuerzos emprendidos por las naciones de las Américas, apoyadas por el IICA, los jefes de Estado y Gobierno reconocen que la agricultura y la vida rural son contribuyentes esenciales en la reducción de la pobreza y el fomento del desarrollo integral en los países.

El mundo se apresta a una nueva revolución agrícola, que se sustenta en un nuevo paradigma tecnológico y en las nuevas demandas de los mercados y cadenas agroalimentarias. Tal revolución está transformando lo que se ha entendido por agricultura y la forma de practicarla.

Es en este contexto que el IICA pone a disposición de sus Estados Miembros su conocimiento, experiencia y fortalezas para lograr juntos una agricultura competitiva, sustentable e inclusiva para las Américas.

1.2.4. Departamento o dependencias de la Institución

Conformación del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura:

El Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) es el organismo especializado en agricultura del Sistema Interamericano que apoya los esfuerzos de los Estados Miembros para lograr el desarrollo agrícola y el bienestar rural.

1.2.5. Misión

Estimular, promover y apoyar los esfuerzos de los Estados Miembros para lograr su desarrollo agrícola y el bienestar rural por medio de la cooperación técnica internacional de excelencia.

1.2.6. Visión

Alcanzar una agricultura interamericana competitiva, incluyente y sustentable que alimente el hemisferio y el mundo, y que a la vez genere oportunidades para disminuir el hambre y la pobreza en los productores y los habitantes de los territorios rurales.

1.2.7. Objetivos Institucionales

- Ofrecer apoyo técnico para que todo el país del hemisferio pueda alcanzar objetivos estratégicos.
- Mejorar la productividad y la competitividad del sector agrícola.
- Potenciar la contribución de la agricultura al desarrollo de los territorios y al bienestar rural.
- Mejorar la capacidad de la agricultura para mitigar y adaptarse al cambio climático y utilizar mejor los recursos naturales.
- Mejorar la contribución de la agricultura a la seguridad alimentaria.

1.2.8. Público Objetivo

Todos los estados, miembros del instituto, organizaciones y público en general con un mismo interés para el impulso, fortalecimiento y desarrollo de las agendas agropecuarias en Guatemala.

1.2.9. Organización

Es muy importante conocer la organización del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura en Guatemala porque nos da una idea de quienes son las principales autoridades en el País.

Representación

Cada año todos los representantes de la Institución eligen al representante de cada sede el cual debe ser Ingeniero. Las principales funciones que desempeña son:

- a) Dirigir y administrar el Instituto
- b) Elaborar y aprobar el proyecto de presupuesto anual del Instituto
- c) Planificar, ejecutar y velar por el cumplimiento de las labores administrativas
- d) Presentar y dar trámite a todas las iniciativas y proyectos que para el mejoramiento del Instituto sean presentadas.

Administración

El departamento de administración es el encargado de todas las actividades de dirección, procesos administrativos y financieros de la Institución, fiscalizado por auditoría y la Contraloría General de Cuentas, está conformada por las siguientes personas:

Inga. Maria Febres Huamán, Representante Sede Guatemala
Jennifer Canel, Secretaria de la Representación
René León Gómez, Secretario Ejecutivo de PROMECAFE
Licda. Johanna Lam, Contadora del programa PROMECAFE
Dulce Obin, Asistente Administrativa Técnica PROMECAFE
Odelín Luna, Secretaria Administrativa PROMECAFE
Andrea Velásquez, Asistente Administrativa PROCAGICA
Melvin Barillas, Contador del programa CRIA
RubiRamirez, Asistente Administrativa IICA/CRIA
Lic. Frank Alonzo, Administrador
Armando Aquino, Contador General
Ninette González, Caja y Bancos
Misael Ortiz, Redes e Informática
Idalia Barrios, Servicio de Limpieza y cafetería
Fredy Garnica, Mensajería

Área Técnica

Se encarga de las asesorías y visitas técnicas a los distintos beneficiarios de los programas del IICA en Guatemala. Son quienes se encargan de la investigación agrícola, realización de talleres, plenarias asesorías. Así también la redacción de informes, presentación de resultados, etc. Está compuesto por las siguientes personas.

Ing. Abelardo Viana, Especialista en Tecnología e Innovación
Inga. Claudia Calderón, Especialista en monitoreo
Ing. Fernando Conde, Especialista en cadenas, Políticas Públicas y Economía
Licda. Lourdes Ortiz, Especialista en Inclusión y Desarrollo Rural Territorial
Nancy Páez, Secretaria de Unidad Técnica

Área de Comunicación

Este departamento se encarga del monitoreo, reportes, realización de noticias, boletines para la posterior publicación en páginas y redes sociales de la institución y la conforma solamente una persona.

1.3. Metodología

Según Roberto Hernández Sampieri, el enfoque cualitativo Utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación.

1.3.1. Descripción del método

El método cualitativo será el método a utilizar para la realización de esta investigación, así mismo la observación y la búsqueda en distinta documentación de información de distintas fuentes.

1.3.2. Técnica de Recolección:

Para la recolección de datos se utilizaron fuentes primarias y secundarias, las cuales me permitió obtener información a través del contacto directo con los representantes de la Institución por medio de la observación y entrevistas. Las fuentes secundarias sirvieron para recabar información más específica de la Institución.

Investigación bibliográfica: En los primeros días de la práctica consistió en leer información institucional relacionada con el IICA. Entre los documentos consultados se encuentran las memorias de labores, boletines informativos, informes, páginas web, redes sociales, material audio visual, etc.

Entrevistas a profundidad: se procedió a la selección de cinco personas clave para la formulación de una serie de preguntas para reforzar el tema investigado. Así mismo fueron fuente de información muy importante ya que brindaron información que no se encuentra de forma bibliográfica.

Las personas entrevistadas a profundidad fueron:

Ing. Abelardo Viana –Técnico.

Inga. Claudia Calderón –Técnico.

Licda. Lourdes Ortiz –Técnico.

Ing. Misael Ortiz -Informática y sistemas.

Nancy Páez -Secretaria del Área Técnica.

Observación:

Durante ese tiempo se pudo observar que se mantiene un ambiente tenso con algunos miembros de la institución ya que no existe el compañerismo, solamente una relación laboral y existen grupos

También se pudo observar que la información interna no es tan fluida como debería ser, ya que las noticias son publicadas hasta 4 meses después de realizada la actividad. Muy pocas son las actividades a las que el encargado de comunicación tiene pronto acceso para su publicación en las páginas institucionales.

No se promueven actividades internas para interactuar con el personal y los medios de comunicación son muy deficientes pues solamente cuentan con el correo e intranet, medios que no son explotados para fomentar las relaciones humanas.

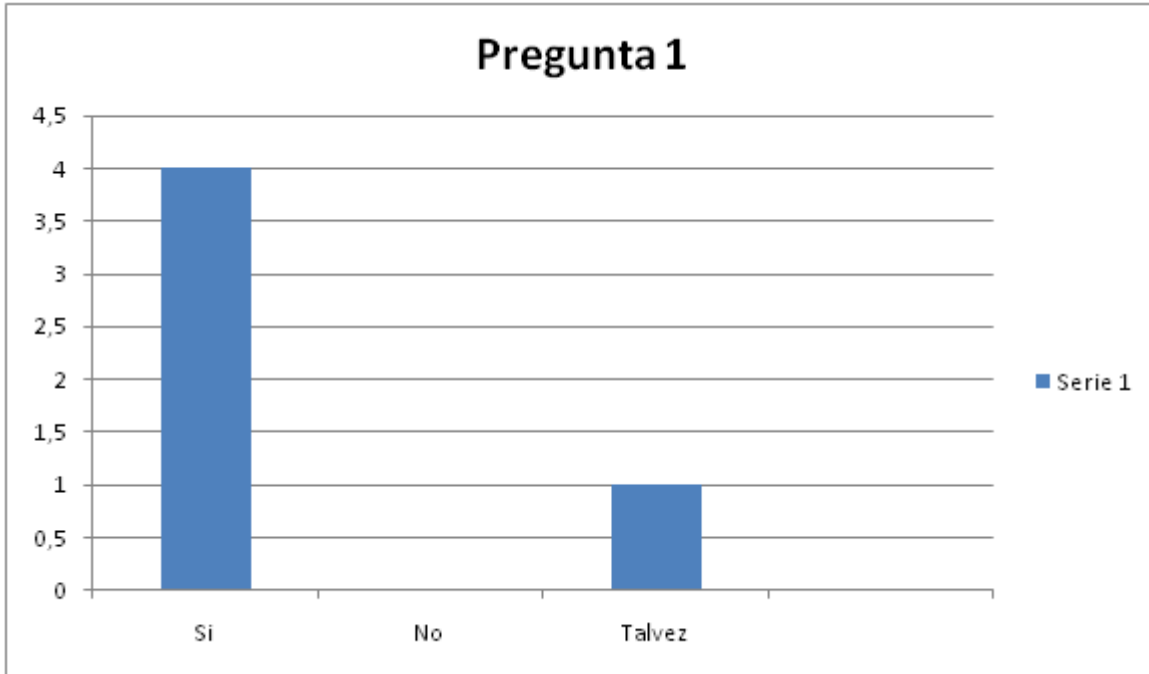
1.3.3. Cronograma:

Actividades	Tiempo de Duración				
	Enero			Febrero	
	14 al 18	21 al 25	28 al 31	01 al 6	07 al 12
Propedéutico presencial					
Búsqueda de información institucional y sobre el tema para elaboración de diagnóstico					
Observación Organizacional					
Entrevistas con autoridades y encargado de comunicación					
Elaboración y Entrega de informe de Diagnóstico					

1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

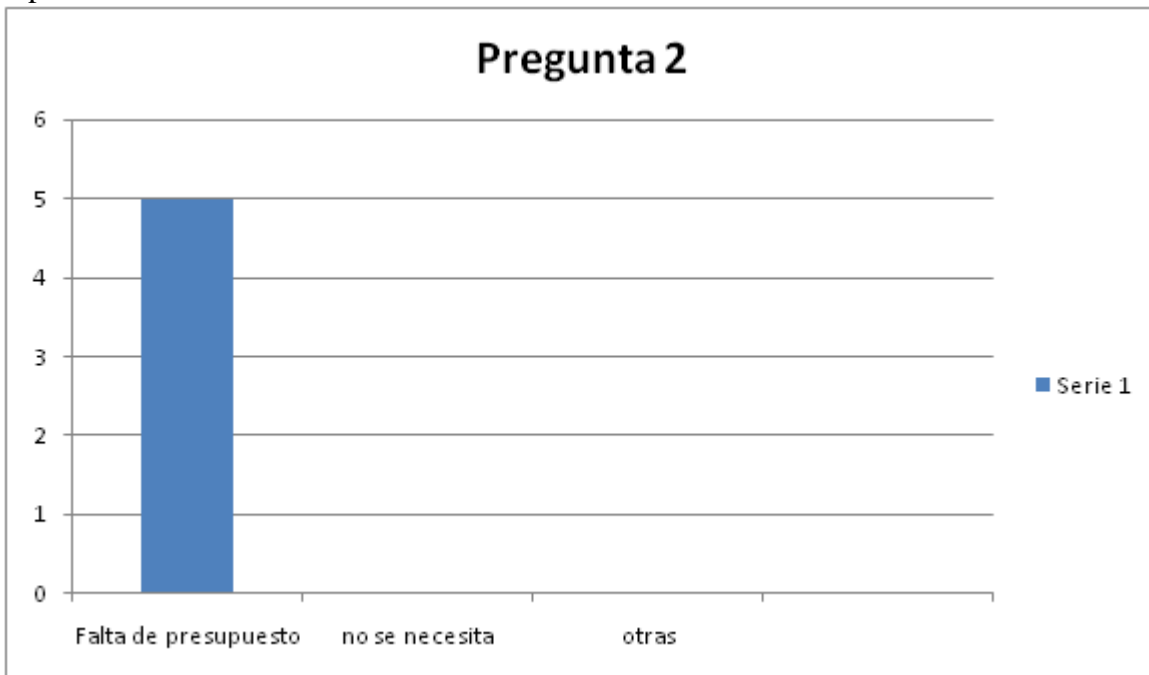
1.4.1. Gráficas e interpretaciones del resultado de las entrevistas.

1. ¿Considera usted que la Institución necesita a alguien que cubra el área de comunicación?



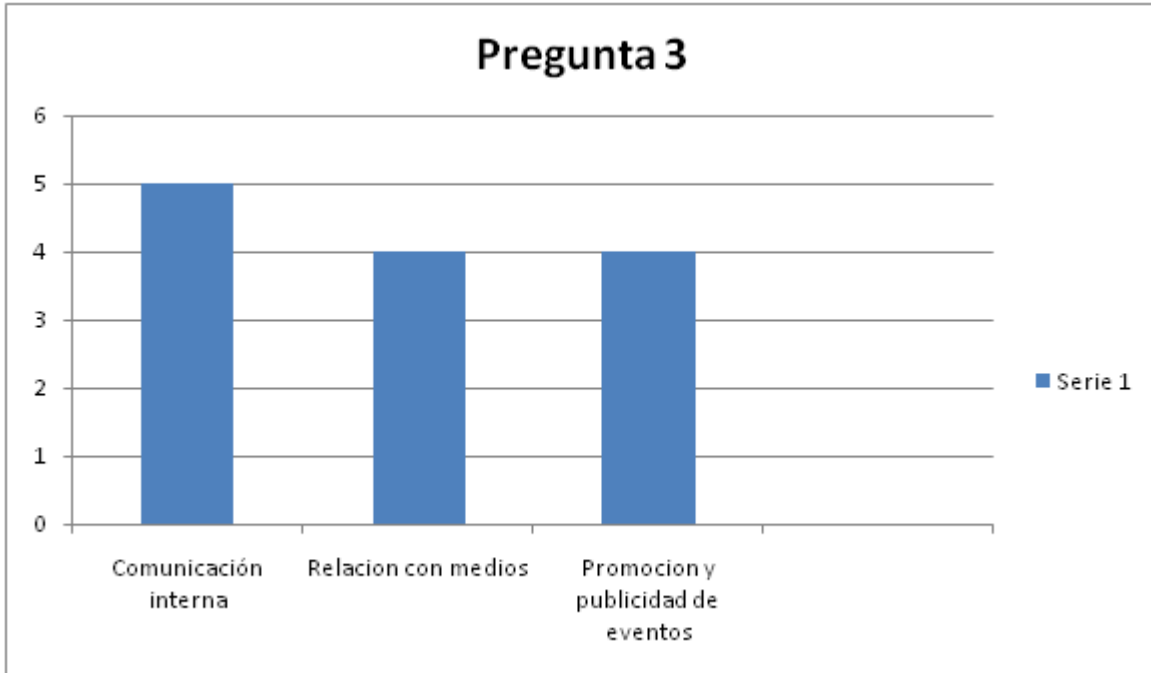
1 Elvia Colo

2. ¿Cuál es la principal limitante que tiene la Institución para contratar a una persona especializada en el tema de comunicación?



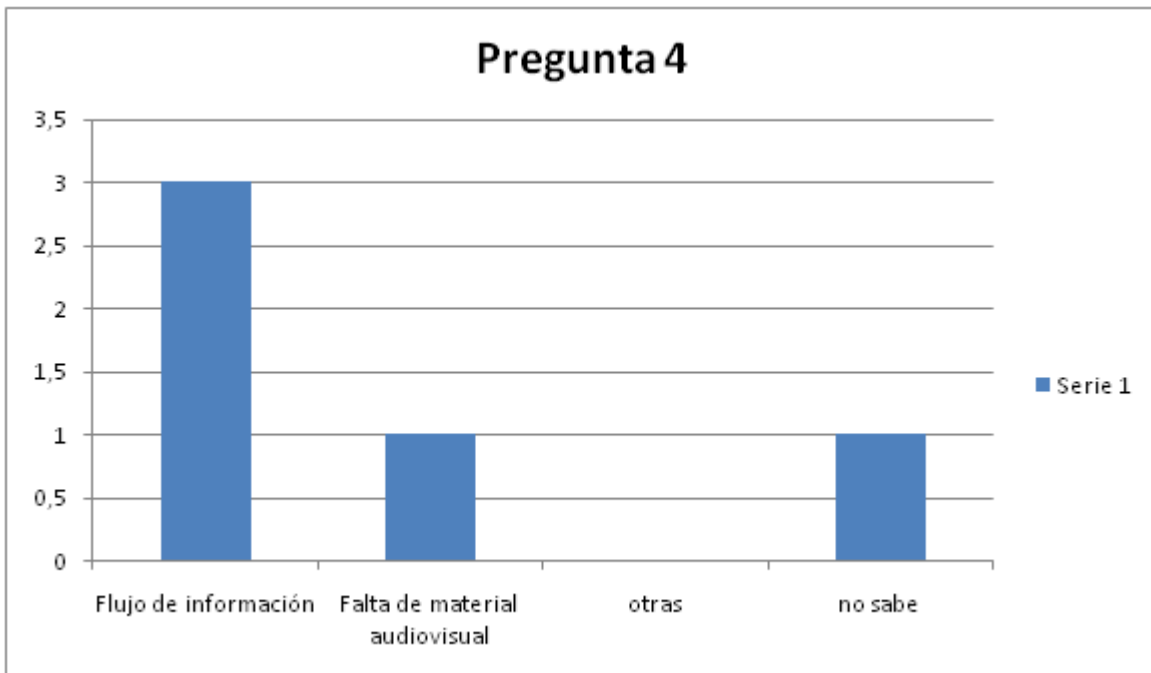
2 Elvia Colo

3. ¿Cuál considera que es la principal deficiencia en aspectos comunicacionales?



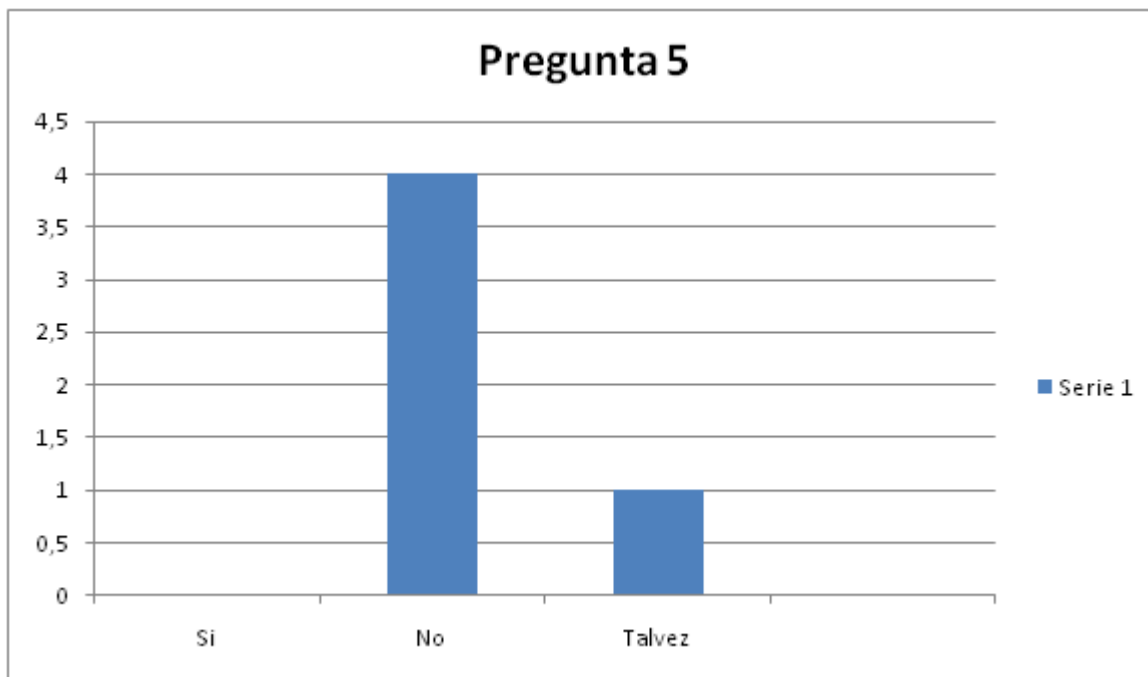
3 Elvia Colo

4. ¿Según usted cuál es la principal deficiencia del área técnica en lo referente a los problemas comunicacionales?



4 Elvia Colo

5. ¿Considera usted que las páginas web y redes sociales están siendo aprovechadas?



5 Elvia Colo

CUADRO COMPARATIVO		
Preguntas /Entrevistados	Representantes	Colaboradores
¿Considera usted que la Institución necesita a alguien que cubra el área de comunicación?	La mayoría indica que si	1 dijo que talvez
¿Cuál es la principal limitante que tiene la Institución para contratar a una persona	Todos coinciden que es por falta de presupuesto	Todos coinciden que es por falta de presupuesto
¿Cuál considera que es la principal deficiencia en aspectos comunicacionales?	La mayoría indica que la principal deficiencia es la comunicación interna	4 coincidieron en que otras de las deficiencias son la relación con medios y la promoción y publicidad de eventos
¿Según usted cuál es la principal deficiencia del área técnica en lo referente a los problemas comunicacionales?	la mayoría indica que el flujo de información	uno indica que falta de material y el otro indica no saber

¿Considera usted que las páginas web y redes sociales están siendo aprovechadas?	la mayoría dice que no	la minoría dice que talvez
--	------------------------	----------------------------

Problema Comunicacional

El principal problema comunicacional detectado es la inexistencia de comunicación a nivel interno el cual afecta la comunicación externa ya que no hay buen flujo de información, esto debido a la carencia de personal especializado y que realice las funciones específicas de esta naturaleza que defina actividades o material para promover la comunicación interna y de esa manera se pueda mejorar la comunicación externa.

Indicadores

Con la ejecución de la estrategia comunicacional IICA 2019 se pretende alcanzar los siguientes logros.

- Que el 80% del público objetivo interno se logre comunicar de la mejor manera, exista el compañerismo y el trabajo en equipo
- Que el 80% del público objetivo externo tenga una mejor percepción sobre las actividades del IICA en Guatemala.

1.5. FODA

1.5.1. Fortalezas

Los colaboradores están dispuestos a realizar los cambios que se necesitan para poder efectuar la mejora sobre la comunicación interna.

La persona encargada de comunicación cuenta con un plan de trabajo el cual se debe ejecutar para mejorar la relación entre colaboradores y representantes. Así también la comunicación entre colaboradores y socios.

Las condiciones laborales entre representantes y colaboradores son muy estables pues ellos cuentan con todas sus prestaciones y otros bonos adicionales.

1.5.2. Oportunidades

Todos los colaboradores son muy eficientes cada uno en su área por lo cual desempeñan muy bien su trabajo.

La representación está muy interesada en fomentar la comunicación tanto interna como externa.

El equipo de comunicación la conforma una persona, aunque de profesión no es comunicador, con el tiempo ha adquirido experiencia en el ámbito comunicacional y se ha desarrollado.

Cada proyecto genera más trabajo el cual es bueno.

1.5.3. Debilidades

El IICA por ser una institución sin fines lucrativos, no cuenta con suficiente presupuesto para realizar gastos no contemplados.

Los gestores y técnicos del Instituto demoran en la entrega de informe sobre sus actividades, eso atrasa la edición y posteriormente la publicación de dicha información.

La única persona en el área de comunicación por no contar con la especialización en comunicación y al tener otro puesto que desarrollar, no puede desempeñar todas las actividades que se requieren en el área.

1.5.4. Amenazas

La falta de interés del personal interno para mejorar la comunicación dentro de la institución.

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

El plan de comunicación es un documento que recopila estrategias, recursos, objetivos y acciones de comunicación que se propone a una organización.

2.1. Antecedentes

El Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). Es una Institución Cooperativa técnica, innovadora, con conocimiento especializado para el desarrollo competitivo y sustentable de la agricultura de las Américas y el mejoramiento de la vida de los habitantes del campo en los países miembros con el cual se ha creado el programa CRIA que tiene como objetivo general: fortalecer e integrar acciones de consorcios de instituciones de investigación comprendidos por el ICTA, los centros regionales universitarios y otras instituciones de investigación agrícola reconocida, con las necesidades de los consorcios de actores en cadenas de valor para que en conjunto se conviertan en: **a)** Eficaces protagonistas para la economía campesina, el desarrollo rural y desarrollo territorial; y **b)** Socios confiables para la cooperación internacional y financiadores nacionales.

Con anterioridad Epesitas de la Escuela de Ciencias de la Comunicación han aportado ideas para crear un departamento de comunicación ya que no cuentan con ello, el cual a lo largo del tiempo han ido implementando poco a poco, donde han expuesto labores en las que han aportado el IICA /CRIA y de esa manera han dejado de lado un tema muy importante que es la comunicación interna. Comunicarse con los empleados ya no es un tema que juega un segundo papel de la organización, de hecho, la comunicación interna hoy en día se considera un elemento clave que ayuda a impulsar la eficacia y eficiencia en los procesos de trabajo, cada uno en su departamento.

2.2. Objetivos de Comunicación

2.2.1. Objetivo General:

Fortalecer la comunicación interna para crear un buen ambiente de trabajo y darle continuidad a la comunicación externa del Instituto Interamericano de Cooperación para la

Agricultura (IICA) para dar a conocer sobre las actividades de la Institución y sus proyectos.

2.2.2. Objetivos específicos:

- Fomentar las relaciones humanas para reducir el movimiento de empleados e incrementar la productividad.
- Fomentar la creatividad y el compromiso.
- Promover el trabajo en equipo.
- Reforzar los medios de comunicación existentes y crear otros para promover el flujo de información para mejorar la comunicación externa.

2.3. Público Objetivo

Interno: Todo el personal administrativo y representantes del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA).

Externo: Instituciones quienes brindan apoyo al desarrollo agrícola de la nación agricultores beneficiarios de los programas a nivel nacional, gestores y técnicos.

2.4. Mensaje

Compromiso, Oportunidad y trabajo en Equipo.

2.5. Estrategia

Con base a los resultados obtenidos de la realización del diagnóstico en el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), se detectaron los principales problemas comunicacionales de la Institución, se propuso la creación de una estrategia de comunicación interna que pretende fomentar las relaciones humanas para promover e impulsar la eficacia y eficiencia en los procesos de trabajo para mejorar el flujo de información externa de tal manera que se estará ejecutando una serie de actividades comunicacionales de forma ordenada por parte de personal calificado para la realización de ellas sin afectar el cumplimiento de otras labores administrativas de la Institución.

- Promover las relaciones humanas y fomentar el trabajo en equipo para impulsar la eficacia y eficiencia laboral para agilizar el flujo de información.
- Fortalecimiento y seguimiento a medios de comunicación existentes y mejorar la comunicación externa y visibilidad de la institución y sus programas.

2.6. Acciones

Son propuestas de comunicación tanto internas como externas a realizar en una organización para mejorar.

Formato de presentación acciones

ACCIÓN 1	
A qué estrategia responde	Promover las relaciones humanas y fomentar el trabajo en equipo para impulsar la eficacia y eficiencia laboral
Problema	Falta de comunicación entre compañeros de trabajo
Producto	Material audio visual con mensajes motivacionales
Objetivo Comunicacional	Fomentar la comunicación interna y el trabajo en equipo
Público objetivo	Interno (todo el personal administrativo)
Medio de difusión	Correo y Whatsapp

Formato de presentación acciones

ACCIÓN 2	
A qué estrategia responde	Promover las relaciones humanas y fomentar el trabajo en equipo para impulsar la eficacia y eficiencia laboral
Problema	Por ser de diferentes programas, no hay comunicación y desconoce
Producto	Boletín interno
Objetivo Comunicacional	Fomentar la creatividad y el compromiso con la Institución

Público objetivo	Interno (todo el personal administrativo)
Medio de difusión	Digital, se realizará un boletín quincenal interno sobre actividades realizadas a nivel oficina y se enviará por correo electrónico

Formato de presentación acciones

ACCIÓN 3	
A qué estrategia responde	Fortalecimiento y seguimiento a medios de comunicación existentes para mejorar la comunicación y visibilidad de la institución y sus programas.
Problema	Falta de mantenimiento a medios existentes para informar al público externo
Producto	Elaboración, edición de materiales para su publicación, Locuciones para videos institucionales etc.
Objetivo Comunicacional	Alimentar los medios de comunicación existentes
Público objetivo	Externo, toda Institución quienes han brindado apoyo al desarrollo agrícola de la nación y agricultores beneficiarios de los programas a nivel nacional
Medio de difusión	Digitales, se realizará edición de documentos, fichas con información para publicar en página de Facebook, redacción de noticias, locuciones para videos institucionales.

Formato de presentación acciones

ACCIÓN 4	
A qué estrategia responde	Fortalecimiento y seguimiento a medios de comunicación existentes para mejorar la comunicación y visibilidad de la institución y sus programas.
Problema	Falta de material audiovisual para dar a conocer las actividades realizadas por la Institución
Producto	Recolección de fotografías, videos, entrevistas etc. Para la elaboración de notas informativas, reportajes, etc.
Objetivo Comunicacional	Reforzar los medios de comunicación existentes y agilizar el flujo de información
Público objetivo	Externo, toda institución quienes apoyan al desarrollo agrícola de la nación y agricultores beneficiarios de los programas a nivel nacional
Medio de difusión	Digital, por medio de visitas de campo para generar material audiovisual para la elaboración de notas informativas, reportajes y videos institucionales.

Cronograma

MES	MARZO				ABRIL	
ACTIVIDADES	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2
Propedéutico de plan de comunicación						
Reuniones consecutivas para la realización de plan comunicacional						
Visita de campo para conocer más sobre los programas de la Institución						
Búsqueda de soluciones para problemas comunicacionales de la institución						
Elaboración de plan comunicacional						
Toma de Fotografías para evidencia de seguimiento						

CAPÍTULO III
3. Informe de Ejecución
3.1. Proyecto Desarrollado
LA COMUNICACIÓN INTERNA COMO PIEZA CLAVE PARA MEJORAR
LA COMUNICACIÓN EXTERNA EN EL INSTITUTO INTERAMERICANO DE
COOPERACIÓN PARA LA AGRICULTURA -IICA- EN GUATEMALA

3.1.1 Financiamiento

Financiamiento	Monto
Epesista	Q100.00
Epesista	Q2500.00
IICA	Q7500.00
Epesista	Q4500.00
Epesista	Q4500.00
Epesista	Q900.00
IICA	Q18,562.50
Epesista	Q24,400.00
IICA	Q15,600.00

3.1.2. Presupuesto

Cantidad	Detalle	Costo Unitario	Costo total	Financiamiento
100	Elaboración de Material Digital para su publicación	Q10.00	Q100.00	Epesista
5	Material Audio visual	Q500.00	Q2500.00	Epesista
12	Diseño de boletín y redacción de noticias	Q500.00	Q6000.00	Epesista
3	Visitas de campo	Q2500.00	Q7500.00	IICA
3	Spot Radiales guión/locución	Q1500.00	Q4500.00	Epesista
3	Locuciones para video institucional	Q1500.00	Q4500.00	Epesista
3	Cobertura y redacción notas informativas de los eventos	Q300.00	Q900.00	Epesista
2	Establecer contacto con medios de comunicación escritos para cobertura o publicación en algún espacio	Q4,640.63	Q18,562.50	IICA
8	Asesoramiento, consultoría	Q3,050.00	Q24,400.00	Epesista
8	Asesoramiento, consultoría	Q1,950.00	Q15,600.00	IICA
	Totales	Q47,546.90	Q78,562.50	

3.1.3. Beneficiarios

El público a quien va dirigida la presente estrategia está conformado principalmente por el personal interno de la institución y actores del sector agrícola nacional como cooperantes internacionales, organizaciones y cooperativas agrícolas, instituciones educativas, productores individuales, estudiantes, etc. Con un promedio de 2,000 personas beneficiadas.

3.1.4. Recursos Humanos

Nombre	Cargo	Atribución
Inga. María Febres	Representante del IICA	Revisión de todo el material y contenido de la estrategia
Misael Ortiz	Redes e Informática	Supervisión de toda las actividades realizadas y propuestas. Apoyo para generar material informativo y manejo de equipo.
Jennifer Canel	Secretaria Principal	Facilitadora de información necesaria, gestión de recursos.
Inga. Claudia Calderón	Especialista en monitoreo	Enlace con gestores, Coordinación de Giras para generar material audiovisual
Elvia Colo	Epesista Comunicadora	Cobertura y redacción de notas informativas sobre eventos para alimentar páginas. Editora de Páginas Web y redes sociales. Creación y administradora del otro medio de comunicación interno. Creación de diseño para material institucional. Producción de material audiovisual. Gestión con contactos en medios para la difusión sobre eventos. Creación de base de datos de medios de comunicación. Creación y redacción de boletines electrónicos internos. Apoyo para realización de estrategia comunicacional para varios eventos. Apoyo para generar material audiovisual, entrevistas, fotografías, videos, etc.
Fredy Garnica	Conductor	Traslado a diferentes actividades establecidas o eventos por cubrir

3.1.5. Áreas Geográficas de Acción

La mayoría de las acciones se realizan dentro de la oficina central del IICA sin embargo es importante mencionar que se viajó a la región oriente y occidente para poder generar material para la producción de noticias. En cuanto a otras gestiones como apoyo para estrategia comunicacional, se realizaron reuniones en las organizaciones como MAGA, FAO, AGROVISIÓN, AVANCSO, etc. Cubriendo evento en Hotel Camino Real.

3.2. Estrategias y Acciones Desarrolladas

Nombre de la Actividad

Producción y locución de material audiovisual, Comunicación Asertiva.

Objetivo de la actividad específica

Fomentar la comunicación a nivel interno.

Público Objetivo

Todo el personal interno de la Institución.

Medio Utilizado

Se utilizó el medio digital (Whatsapp), para la ejecución de esta acción.

Área Geográfica de Impacto

El área geográfica de impacto fue la oficina del IICA en Guatemala.

Presupuesto invertido en esta acción

El presupuesto utilizado para la realización de los videos es de Q2,500.00 lo cual fue una colaboración de la epesista.

Resultados en base a indicadores

La difusión de los videos contribuyó a fomentar la comunicación interna y el trabajo en equipo por lo menos en un 80% del público objetivo.

1. Nombre de la Actividad

Boletín interno

Objetivo de la Actividad específica

Fomentar la creatividad, el trabajo en equipo y compromiso con la Institución.

Público Objetivo

Todo el personal interno de la institución

Medio Utilizado

Se utilizó el medio digital, (Correo electrónico) para esta acción.

Área Geográfica de Impacto

El área geográfica de impacto fue la oficina del IICA en Guatemala.

Presupuesto invertido en esta acción

El presupuesto utilizado para la realización del boletín interno es de Q6000.00 el cual fue una colaboración por la epesista.

Resultados de acuerdo a indicadores

La difusión de los boletines contribuyó a fomentar el compromiso del personal interno con la institución.

2. Nombre de la Actividad

Elaboración, edición de materiales para su publicación, Locuciones para videos institucionales etc.

Objetivo de la actividad específica

Alimentar los medios de comunicación existentes.

Público Objetivo

Externo, toda Institución quienes han brindado apoyo al desarrollo agrícola de la nación y agricultores beneficiarios de los programas a nivel nacional

Medio Utilizado

Digitales, se realizará edición de documentos, diseños de fichas con información para publicar en página de Facebook, redacción de noticias, locuciones para videos institucionales.

Área Geográfica de Impacto

El área geográfica de impacto incluye las ocho regiones en las que se divide la república de Guatemala.

Presupuesto invertido en esta acción

El presupuesto utilizado para la realizar esta actividad es de Q5,500.00 el cual fue una colaboración del epesista.

Resultados en base a indicadores

La difusión de este material contribuyo a aumentar el número de visitas en la página del IICA y Facebook.

3. Nombre de la Actividad

Recolección de fotografías, videos, entrevistas etc. Para la elaboración de notas informativas, reportajes, etc.

Objetivo de la actividad específica

Reforzar los medios de comunicación existentes y agilizar el flujo de información

Público Objetivo

Externo, toda Institución quienes han brindado apoyo al desarrollo agrícola de la nación y agricultores beneficiarios de los programas a nivel nacional

Medio Utilizado

Digitales por medio de visitas de campo para generar material audiovisual para la elaboración de notas informativas, reportajes y videos institucionales.

Área Geográfica de Impacto

El área geográfica de impacto incluye las ocho regiones en las que se divide la república de Guatemala.

Presupuesto invertido en esta acción

El presupuesto utilizado para la realizar esta actividad es de Q52,000.00 el cual una parte fue financiada por el IICA con la colaboración de la epesista.

Resultados en base a indicadores

La generación de este material contribuyó agilizar y promover el flujo de información en un 80% para la redacción de noticias inmediatas.

3.3. Cronograma

Actividades	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto
Documentación y observación								
Entrevista con autoridades y encargado de comunicación, elaboración y entrega de diagnóstico								
Reuniones consecutivas para establecer estrategia comunicacional para evento, visita de campo, búsqueda de soluciones a problemas y elaboración de plan y estrategia de comunicación								
Toma de fotografías para evidencia de seguimiento. Gestión para visita a Radio Universidad para posicionar al IICA y la								

Agricultura Familiar								
Diseño de fichas de investigaciones de todos los consorcios para subir a página Web, Visita de campo para recabar material e información,								
Seguimiento a estrategia de comunicación para evento de lanzamiento Decenio de la Agricultura Familiar y EC. Elaboración de Boletín interno, redacción y publicación de noticias en redes sociales y páginas web,								
Creación de Grupo de Whatsapp solo para personal interno y Elaboración de audiovisuales para fomentar la comunicación interna.								

3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO

Para el control de esta estrategia de comunicación se realizará un cronograma de actividades para su seguimiento así también se entregará el informe final de tal manera que al final del proyecto se pueda dar seguimiento. La forma de medir el alcance o avance de esto será por medio de un checklist realizado a todo el personal administrativo para sacar un dato más exacto en cuanto a la efectividad de la estrategia comunicacional. Así también las estadísticas de las páginas institucionales nos darán un dato de dicha efectividad en cuanto a la comunicación externa.

Nombre del Evaluado: Elvia Rosalina Colo Hey		Fecha: 01 de agosto 2019		
Puntos evaluados: Estrategia de comunicación y acciones ejecutadas		Inspector: Misael Ortiz		
Guía de Observaciones				
Productos o Actividades realizadas	Registro de cumplimiento			Observaciones
	SI	NO	N/A	
1. ¿Se ejecutan los productos y/o actividades de la estrategia de comunicación, noticias, material audio visual, boletín informativo, etc?	X			Se debe dar seguimiento
2. ¿Durante el tiempo de ejecución cree usted que hubo algún resultado positivo en la comunicación interna?	X			Muy positiva, ya no se ven grupos separados
3. ¿Cree usted que los productos, como el boletín informativo y el material audio visual fueron una buena estrategia para mejorar la comunicación interna y relaciones humanas?	X			Debe seguir
4. ¿Ha notado algún resultado positivo en el mantenimiento de página web y redes sociales de la institución?	X			Hay mucho movimiento
5. ¿Cree usted que ha mejorado el flujo de información a nivel interno?	X			Si ahora todos estamos informados de las actividades ejecutadas en cada programa
7. ¿Cree usted que ha mejorado el flujo de información externa?	X			Si se ve mucho movimiento en redes sociales
8. ¿Cree necesario la contratación de un consultor de comunicación para que le de seguimiento a la estrategia de comunicación?	X			Si para que siga la linea que llevamos hasta ahora

Nombre del Evaluado: Elvia Rosalina Colo Hey		Fecha: 01 de agosto 2019		
Puntos evaluados: Estrategia de comunicación y acciones ejecutadas		Inspector: Misael Ortiz		
Guía de Observaciones				
Productos o Actividades realizadas	Registro de cumplimiento			Observaciones
	SI	NO	N/A	
1. ¿Se ejecutan los productos y/o actividades de la estrategia de comunicación, noticias, material audio visual, boletín informativo, etc?	X			Se debe dar seguimiento
2. ¿Durante el tiempo de ejecución cree usted que hubo algún resultado positivo en la comunicación interna?	X			Muy positiva, ya no se ven grupos separados y todos estamos informados sobre actividades de cada técnico
3. ¿Cree usted que los productos, como el boletín informativo y el material audio visual fueron una buena estrategia para mejorar la comunicación interna y relaciones humanas?	X			Debe seguir
4. ¿Ha notado algún resultado positivo en el mantenimiento de página web y redes sociales de la institución?	X			Hay mucho movimiento
5. ¿Cree usted que ha mejorado el flujo de información a nivel interno?	X			Si ahora todos estamos informados de las actividades ejecutadas en cada programa
7. ¿Cree usted que ha mejorado el flujo de información externa?	X			Si se ve mucho movimiento en redes sociales
8. ¿Cree necesario la contratación de un consultor de comunicación para que le dé seguimiento a la estrategia de comunicación?	X			Si para que siga la línea que llevamos hasta ahora

CONCLUSIONES

El IICA es una institución de muy importancia para el desarrollo del sector agrícola en Guatemala, debido al apoyo directo con los productores y a nivel institucional que aporta al país.

Se estableció que la comunicación interna es de vital importancia para mejorar la comunicación externa en el IICA ya que el flujo de información es muy deficiente.

Se considera de vital importancia la promoción de las actividades del IICA y la divulgación de las noticias del sector agrícola para satisfacer la demanda del público externo.

Actualmente el manejo de medios de comunicación digitales, el internet, correo electrónico, páginas web y redes sociales son de carácter muy relevante para cualquier institución por lo tanto se concluye que estos recursos deben ser explotados, estos traen ventajas ya que la efectividad, alcance y su bajo costo es determinante.

RECOMENDACIONES

Es importante mantener vínculos de comunicación entre todo el personal interno del IICA, debido a que eso es muy fundamental para que se dé un buen flujo de información y la comunicación externa sea más inmediata y efectiva.

El IICA sabe que es importante contar con personal especializado en la comunicación por lo que debe centrar sus esfuerzos para contar con ello de forma permanente para seguir con la labor fomentando la comunicación interna y de esa manera se pueda posicionar y visualizar a la Institución en el país.

Debe gestionarse la inclusión en el POA de las actividades y los fondos necesarios para equipamiento y contratación del personal especializado en el área de comunicación para un mejor funcionamiento.

Se recomienda seguir socializando todas las actividades y los principales resultados de los proyectos de los programas del IICA en Guatemala.

Se debe explotar los medios de comunicación masivos como el correo electrónico, páginas web, redes sociales con el fin de dar a conocer las actividades que realiza el IICA y establecer vínculos con su público objetivo.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

IICA	Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.
MAGA	Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación.
FAO	Organización para las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación.
ICTA	Instituto de Ciencia y Tecnología de los alimentos.
CATIE	Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza.
JIA	Junta Interamericana de Agricultura.
SESAN	Secretaría de Seguridad Alimentaria y Nutricional.
PMA	Programa Mundial de Alimentos.
OEA	Organismo Especializado en Agricultura.
PLANALC	Plan de Acción Conjunta para la Reactivación Agropecuaria en América Latina y el Caribe.
PROMECAFE	Programa Cooperativo Regional para el Desarrollo Tecnológico y la modernización de la caficultura.
PROCAGICA	Programa Centroamericano de Gestión Integral de la Roca del Café.
CRIA	Consortios Regionales de Investigación Agropecuaria.
ESTRATEGIA	Plan de Alto nivel para lograr uno o más objetivos
VISIBILIDAD	Posicionamiento de una marca o nombre de una institución ante millones de usuarios.
COMUNICACIÓN INTERNA	Conjunto de acciones que está dirigida al cliente interno., todo el personal de la Institución u organización
COMUNICACIÓN EXTERNA	Es el conjunto de acciones informativas que está dirigido al cliente externo.
DIAGNÓSTICO	Análisis para determinar algún problema comunicacional.
PLAN DE COMUNICACIÓN	Es un documento que recolecta políticas, estrategias, recursos, objetivos y acciones de comunicación.
PRODUCCIÓN GESTION	Realización de un producto. Acción de comunicación con otras personas para conseguir algo propuesto.
EDITOR	Persona quien dirige una publicación.
REDACCIÓN	Proceso de escritura el cual compone un texto
AUDIOVISUAL y sonido.	Producto comunicacional basado en oído y vista, mediante imágenes

6. Bibliografía

- Norma Apa 2016, Normas y reglas sobre.
- La Comunicación Interna en las Organizaciones, por Coral Bermúdez su libro contiene información acerca de la importancia sobre comunicación interna y la relación que tiene con la comunicación externa. Así mismo habla sobre los beneficios de la comunicación interna.
- Tesis “Diagnóstico y propuesta de Comunicación interna en la Unidad de Atención Ciudadana del Congreso de la República de Guatemala”, elaborado por Karina Elizabeth Mendoza Calderón, en el año 2015, el cual contiene información acerca de las funciones de la comunicación organizacional interna y sus ejes. Así mismo como guía para realización del diagnóstico.

E GRAFIA

- Folleto Una aspiración americana donde no cuenta brevemente sobre la historia de la Institución, file:///E:/Historia%20iica.pdf
- Página de la institución en donde encontré información básica de la Institución como, Misión, Visión, Objetivos, a que se dedica, como trabaja. <http://iica.int/es/content/sobre-el-iica>
- Plan Estratégico 2010-2020, información acerca de la institución <http://repiica.iica.int/DOCS/B2097E/B2097E.PDF>

ANEXOS



Publicación de noticias en facebook vinculado a página web



Nota informativa en página del IICA



Entrevistando a productora de tomate



Fotografías recabadas en CUNOC



Elaboracion de material para facebook



Elaboracion de material para facebook



Elaboración de 1er boletín interno



Elaboración de 2do. boletín interno



Propuesta de Logo Evento Salón del cacao



Nota informativa para pagina del CRIA



Diseño de Fichas de proyectos



Diseño de Ficha de proyectos de investigación



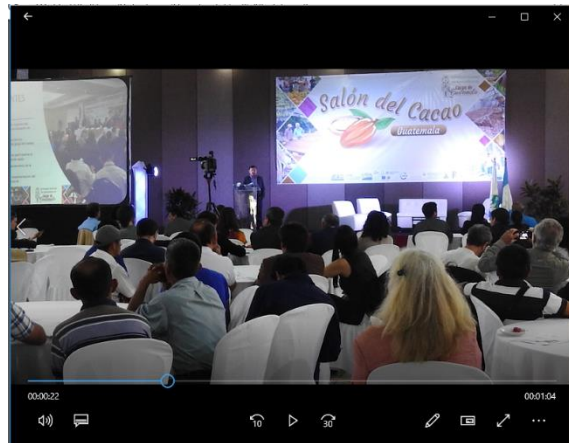
Reunión con Plataforma por la Agricultura Familiar



Reunión con Plataforma por la AF



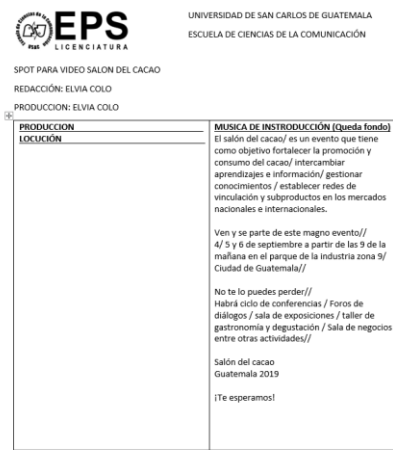
Video interno, tipos de comunicación



Video promocional, salón del cacao



Creación de Whatsapp interno



Spot para video promocional



Entrevistando en visita de campo



Entrevistando cadena de melocotón



Reunión de apoyo estrategia comunicacional



Evento de lanzamiento Decenio Agricultura Familiar



Invitación para conferencia de prensa AF



Conferencia de prensa por la AF