

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



**“ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL  
FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL EN INTERNET  
DE LA FUNDACIÓN ARTES MUY ESPECIALES”**

**Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura**

**Presentado al Honorable Consejo Directivo por:**

**RONALD BONY BILL MONZÓN GONZÁLEZ  
CARNÉ 9711843**

**Previo a optar al Título de:**

**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**Guatemala, octubre de 2019**

**Consejo Directivo:**

**Director:**

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

**Representantes Docentes:**

M.A Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trijilio

**Representantes Estudiantiles:**

Gabriela Eugenia Menegazzo

Heber 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. Josue Othoniel Andrade de la Cruz

Licda. Krista María Ramírez Nájera

Guatemala, 6 de septiembre de 2019

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

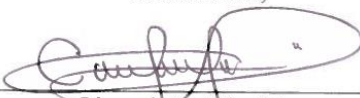
Estimado Maestro Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que el estudiante epesista **Ronald Bony Bill Monzón González**, con número de carné: **9711843** de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y previo a obtener el título de licenciatura en Ciencias de la Comunicación, realizo el ejercicio profesional supervisado de Licenciatura en esta institución, específicamente **en Dirección Ejecutiva y Coordinaciones**, cumpliendo con 300 horas efectivas de practica comprendidas del 14 de mayo al 4 de agosto del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto comunicacional **"ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL EN INTERNET DE LA FUNDACION ARTES MUY ESPECIALES"** entregando el material respectivo y debidamente recibido por: **Fundación Artes Muy Especiales.**

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del epesista y para los usos y procesos siguientes en el EPS de Licenciatura, extendemos la presente CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE SU PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA en nuestra institución.

Atentamente,

Firma y sello:



Licenciada Arleni Soto  
Directora Ejecutiva

 Fundación  
**Artes Muy Especiales**  
Guatemala

*Transformando la vida de las personas a través del arte*



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



Guatemala, 4 de octubre de 2019


Estudiante  
Ronald Bony Bill Monzón González  
Carné: 9711843  
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

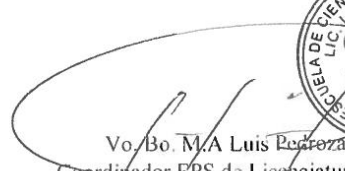
Por este medio informo a usted, que he revisado el informe final de su proyecto de EPS de Licenciatura con título: **“ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL EN INTERNET DE LA FUNDACIÓN ARTES MUY ESPECIALES”**. El citado trabajo llena los requisitos del rigor del 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 del 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”

  
Lic. Josue Andrade  
Supervisor EPS de Licenciatura



  
Lic. M.A. Luis Pedroza  
Coordinador EPS de Licenciatura



Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad

[www.comunicacion.usac.edu.gt](http://www.comunicacion.usac.edu.gt)

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



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

## **DEDICATORIAS**

- A Dios:** Por permitirme estar con vida y salud para ver culminada mi anhelada meta.
- A mi madrecita:** A quien adoro con todo mi corazón, espero que Dios me la mantenga con buena salud.
- A mis hijas:** Que por siempre han sido mi razón de vivir. Es lo más preciado que tengo en esta vida.
- A mis hermanos:** Quienes siempre me apoyan de manera incondicional
- A mi familia en general:** Porque siempre han depositado en mí su confianza.
- A mis Jefes:** Que durante el tiempo que estudié mi carrera, fueron muy especiales conmigo, siempre me apoyaron, me alentaron a seguir adelante para no desmayar.
- A mis compañeros de trabajo:** Porque siempre tuvieron palabras para levantarme el ánimo y seguir adelante.

## **AGRADECIMIENTOS**

- A:** Mi linda Tierra del Quetzal, que es la más bella del mundo.
- A:** La Universidad de San Carlos de Guatemala –USAC-, de quien me siento enormemente orgulloso de pertenecer.
- A:** Mi Escuela de Ciencias de la Comunicación –ECC-, que me permitió permanecer dentro de sus aulas y percibir el conocimiento. Asimismo conocer a muchas personas, que jamás olvidaré.
- A:** M.Sc. Sergio Morataya, Director de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, por brindarme su apoyo moral para graduarme.
- A:** Licenciado Luis Pedroza Gaytán, Supervisor de EPSL2019 por darnos su tiempo y dedicación para coordinar todo este proceso.
- A:** Licenciado Josué Andrade, Asesor de EPSL2019, por guiarme paso a paso en el proceso de EPS.
- A:** A la fundación Artes Muy Especiales por permitirme desarrollar mi proyecto y ser escuela de aprendizaje profesional.
- A:** Licda. Arleni Soto, por toda su ayuda en mi proceso de prácticas.

# INDICE

## Contenido

RESUMEN .....	I
INTRODUCCIÓN .....	IV
JUSTIFICACIÓN.....	V
CAPÍTULO I.....	1
1. DIAGNÓSTICO.....	1
1.1 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO: .....	1
1.1.1 <b>Objetivo General:</b> .....	1
1.1.2 <b>Objetivos Específicos:</b> .....	1
1.2 LA INSTITUCION:.....	1
1.2.1 Ubicación Geográfica:.....	1
1.2.2 Antecedentes o Historia .....	1
1.2.3 Departamentos o Dependencias.....	2
1.2.4 <b>Misión</b> .....	2
1.2.5 <b>Visión</b> .....	2
1.2.6 <b>Público objetivo</b> .....	3
1.2.7 <b>Organigrama.</b> .....	4
1.3 Metodología: .....	4
1.3.1 Descripción del Método: .....	5
1.3.2 Técnicas e Instrumentos de Recolección .....	5
Instrumento: .....	5
<b>1.3.3 Cronograma del Diagnóstico</b> .....	7
1.4 Recopilación de datos: .....	8
1.4.1 Fichas de entrevista.....	8
1.4.2 Resultado de las entrevistas.....	9
<b>1.4.3 Tabla comparativa: puntos de encuentros y disensos entre entrevistados:</b> .....	12
1.5 Radiografía de la institución.....	14
FODA.....	14
<b>1.5.1 Fortalezas</b> .....	14
<b>1.5.2 Oportunidades</b> .....	14
<b>1.5.3 Debilidades</b> .....	14
<b>1.5.4 Amenazas</b> .....	15



CAPÍTULO II.....	16
2. PLAN DE COMUNICACIÓN .....	16
2.1 Antecedentes Comunicacionales: .....	16
2.2 Objetivos De Comunicación: .....	17
2.2.1 <b>Objetivo General:</b> .....	17
2.2.2 Objetivo Específicos: .....	17
2.3 Público Objetivo: .....	17
2.4 El Mensaje: .....	17
2.5 Estrategia:.....	18
2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN: .....	18
CAPÍTULO III.....	21
3. INFORME DE EJECUCIÓN .....	21
3.1 PROYECTO DESARROLLADO .....	21
3.1.1 Financiamiento .....	22
3.1.2 Presupuesto.....	22
3.1.3 Beneficiarios .....	23
3.1.4 Recursos Humanos .....	24
4 PUESTO .....	24
3.1.5 Áreas Geográficas de Acción .....	25
3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS .....	25
3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES .....	29
3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO .....	30
CONCLUSIONES .....	32
RECOMENDACIONES .....	33
GLOSARIO DE TÉRMINOS .....	34
BIBLIOGRAFÍA: .....	39
Bibliografía.....	39
ANEXOS .....	40

## RESUMEN

Nombre de la Empresa:

Fundación Artes Muy Especiales

Nombre del Proyecto:

“ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL EN INTERNET DE LA FUNDACION ARTES MUY ESPECIALES”

Objetivos del Proyecto:

General:

Fortalecer la imagen institucional de la Fundación Artes Muy Especiales, en el área digital, Internet.

Específicos:

Mejorar su posicionamiento en el mercado Digital.

Que tenga una herramienta electrónica de proyección hacia lo externo de la empresa.

La creación de una página web la cual servirá para dar a conocer la misión de la Fundación ante su público objetivo; sustituyendo la que se encuentra actualmente ya que está desactualizada.

La elaboración del Google My Business de la Fundación.

La integración de la fundación a Waze y a Google Maps. Para darle mayor

visibilidad en Internet.

#### Sinopsis del Proyecto:

Durante el tiempo que se llevó a cabo el trabajo del Diagnóstico se pudo observar que la Fundación trabaja con fondos de donantes, estos fondos no son fáciles de conseguir, por tal motivo realizan actividades como bingos, rifas entre otras para realizar tan digna labor, así mismo lograr el pago de su personal. A pesar de que todos tienen bien distribuido el trabajo, hacen falta manos y ayuda para cubrir las áreas necesarias, por ello aun no tenían presencia relevante en el área digital, pese a la disponibilidad de los empleados para realizarla, el poco conocimiento de la misma han sido una de las causas de la falta de presencia en el área digital.

Después de realizar un diagnóstico de la Empresa, se hizo el Plan de Comunicación, el cual consiste en elevar su presencia digital y posicionarla en la misma y para ello, se tenía programado la elaboración de su tarjeta digital, modificación de su página web, presencia y posicionamiento en Internet, para ello se elaborara lo siguiente:

La elaboración del Google My Business de la Fundación.

La integración de la fundación a Waze y a Google Maps. Para darle mayor visibilidad en Internet.

La creación de una página web la cual servirá para dar a conocer la misión de la Fundación ante su público objetivo.

Fortalecimiento de la Imagen Institucional de la Empresa en el área digital.

Mejorar su posicionamiento en el mercado Digital

De los 5 proyectos planificados, se ejecutaron cada uno de ellos, relacionado al Fortalecimiento de la Imagen Institucional de la Empresa. Entre las estrategias que se elaboraron podemos visualizar en el área de internet su página web. [www.artesmuyespeciales.org](http://www.artesmuyespeciales.org) , el google my business con el nombre Fundación Artes Muy Especiales y la presencia en los portales de Waze y google maps. Con el respectivo nombre de la fundación para direccionar a su sede administrativa.

## INTRODUCCIÓN

El Diagnóstico de Comunicación se realizó en la Fundación Artes Muy Especiales. Quien nos permitió conocer su organigrama, la misión y visión, además de ello, conocer cuántos empleados la integran.

En el diagnóstico de comunicación se observó que la empresa tiene problemas de comunicación externa, no se había realizado ningún trabajo de Fortalecimiento de la Imagen Institucional en Internet desde hace varios años, para extender la imagen a lo externo de la entidad.

En el diagnóstico realizado nos pudimos dar cuenta que no contaban con presencia en ningún medio digital que ayudara al Fortalecimiento de la Imagen Institucional, más que una página web desactualizada desde hace 10 años.

**P**or lo que en el plan de comunicación se decidió y se presentaron estrategias basadas en el fortalecimiento de la imagen institucional como el rediseño de una página web, para mejorar su presencia y que los beneficiarios y donadores puedan ver los servicios y beneficios que da la institución, así como también se creó las geo referencias de la fundación y hoy en día es fácil encontrarlos en Wazze y Google Maps

## **JUSTIFICACIÓN**

Hoy en día es imposible imaginar el mundo de la comunicación sin el uso de internet, que se ha convertido en una herramienta indispensable para la mayoría de las personas, independientemente de su género, edad o profesión. Ahora 8 de cada 10 niños usan internet mientras que el tiempo que utilizan los usuarios de redes en promedio es de 5 horas. La evolución que ha creado esta plataforma digital sigue en desarrollo y evolución permanente.

Internet nos ofrece una variedad de herramientas como la web, las redes sociales el correo electrónico y muchas más. Estas le permiten a las empresas o instituciones crear canales de comunicación para poder comunicarse con los clientes, y conocer sus necesidades, o inquietudes y así poder tener una retroalimentación más inmediata.

Por tal motivo es necesario que la Fundación Artes muy especiales este actualizado y este en diferentes medios digitales para que sea más fácil localizarlo.

## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO**

Diagnóstico de comunicación de la de la Fundación Artes Muy Especiales

#### **1.1 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO:**

##### **1.1.1 Objetivo General:**

Diagnosticar la comunicación interna de la empresa.

##### **1.1.2 Objetivos Específicos:**

Establecer la situación actual en materia de comunicación externa  
Identificar los canales existentes de comunicación.

#### **1.2 LA INSTITUCION:**

Fundación Artes Muy Especiales

##### **1.2.1 Ubicación Geográfica:**

5 calle 10-55 zona 13, Finca la Aurora, Guatemala 01013 Nivel 3

##### **1.2.2 Antecedentes o Historia**

*Historia:* Organización fundada en el año 1994 por los esposos Walter y Sonya de Peter. Nace con el objetivo de promover el desarrollo de personas con discapacidad a través del arte y la cultura.

En el año 1994 se inicia con un grupo de Baile en Silla de Ruedas conformado por las bailarinas Dora Amalia Alvarado, Lucrecia Marsicovetere y el

pintor Walter Peter Koller. Este proyecto se convirtió en compañía de danza desde el año 2006.

A partir del año 1995 estos talleres se extendieron hacia instituciones públicas y privadas que atendían a personas con discapacidad de escasos recursos como: Instituto Neurológico de Guatemala, Fundabiem, Comité Pro Ciegos y Sordos, Alida España de Arana y el Centro de Capacitación Ocupacional CCO, entre otros; en donde se impartían talleres de Danza en Silla de Ruedas, Baile Español, Pintura y Arreglos Florales.

Hoy 25 años después, Artes Muy Especiales continúa con su labor atendiendo un aproximado de 1500 personas a la semana en 7 departamentos de la República siendo ellos: Ciudad de Guatemala, Santa Rosa, Sacatepéquez, Chimaltenango, Sololá, Quetzaltenango y Suchitepéquez.

### **1.2.3 Departamentos o Dependencias**

Dirección Ejecutiva y coordinaciones, Coordinación de talleres, coordinación de monitoreo y supervisión, dirección de proyectos.

### **1.2.4 Misión**

Somos una organización guatemalteca, no lucrativa que promueve el desarrollo humano de personas con y sin discapacidad a través del arte.

### **1.2.5 Visión**

Institución líder en la identificación, desarrollo, impulso y difusión de las capacidades artísticas de personas con discapacidad, para su inclusión integral.

Objetivos Institucionales Promover los beneficios educativos, recreativos y culturales de las artes, para las personas con discapacidad.



Capacitar a personas con discapacidad en diferentes disciplinas artísticas, promoviendo su inclusión cultural, social y laboral.

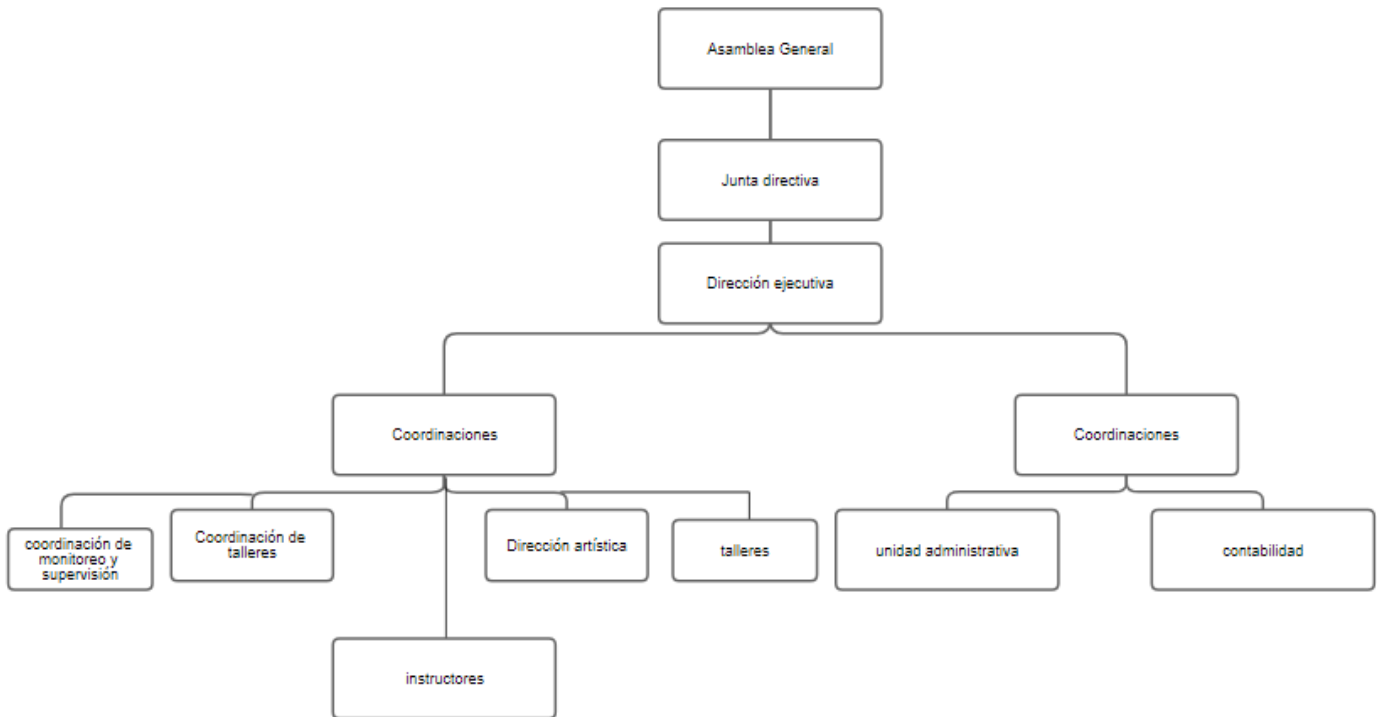
Crear, apoyar y fortalecer actividades educativas, recreativas y culturales a través de la asistencia técnica, pedagógica, académica y administrativa.

Promover presentaciones motivacionales dirigidas a niños, jóvenes, familias y comunidades para el reconocimiento y valoración de las capacidades especiales.

#### **1.2.6 Público objetivo**

Personas con discapacidad, fundaciones con personas con discapacidad,  
Donadores financieros

### 1.2.7 Organigrama.



Fuente: Ronald Monzón, extraído de entrevistas realizadas.

### 1.3 Metodología:

Es importante definir los aspectos metodológicos en la investigación para exponer los objetivos de la misma, para la recolección de los datos, para poder cumplir con la investigación. Según (Schmelkes, 1988) en esta sección se deben describir los procedimientos de la investigación que se realizará.

“Se dará una explicación de lo que se hará para lograr el objetivo de la investigación, cómo se hará y con quién se realizará.” (Schmelkes, 1988, pág. 64)

### **1.3.1 Descripción del Método:**

En el presente trabajo de investigación se utilizará el método de investigación cualitativo, se utiliza este método para extraer la máxima cantidad de datos posibles, al aplicarse técnicas participativas, como la observación donde me da una mejor perspectiva de la fundación, adicional que la información con diferentes puntos de vista, es la más valorada.

### **1.3.2 Técnicas e Instrumentos de Recolección**

**Instrumento:** Para llevar a cabo este trabajo de investigación se emplearán instrumentos los cuales permitirán la recolección de información. Instrumento de recolección de datos es en principio cualquier recurso de que pueda valerse el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información. ... /.- Son elementos básicos que extraen la información de las fuentes consultadas. (Sabino, 1992, págs. 149,150)

Fernando Castro Márquez indica que las técnicas están referidas a la manera como se van a obtener los datos y los instrumentos son los medios materiales, a través de los cuales se hace posible la obtención y archivo de la información requerida para la investigación. (Castro Márquez, 2003)

**Observación:** Se observa la fundación Artes Muy Especiales y se toma en cuenta, su forma de trabajar, forma de colaboradores, empeño de los mismos, ubicación, recursos de la misma.

**Entrevista:** Para *Echegaray de Juárez Elena*, indica que la entrevista es un valioso instrumento de indagación que ofrece una visión concreta de lo que se está investigando. En el caso de investigación de la Empresa, (Echegaray de Juárez, 1971), se realizarán las entrevistas al personal, Administradora y demás empleados, con el fin de recabar toda la información que sea necesaria.

La Entrevista Cualitativa: Permite recoger información sobre temas, situaciones específicas, creencias, rituales, vida social o cotidiana, así como la interpretación que le dan los entrevistados, Implica una relación entrevistador – entrevistado, Requiere de un guion: lista de temas y cuestionario que oriente la conversación. Es una técnica muy valiosa en la investigación cualitativa porque recoge todo tipo de información de la gente acerca del problema que se está estudiando, Existen diferentes tipos de entrevistas que pueden ser utilizadas en la investigación cualitativa: entrevista estructurada, no estructurada o en profundidad, entrevista de grupo. (BONILLA CASTRO, 1977)

**1.3.3 Cronograma del Diagnóstico**

N o.	Actividad semanal del Diagnóstico	Enero				Febrero			
1	Propedéutico del Diagnóstico								
2	Ubicación de la empresa								
3	Estructura del diagnóstico								
4	Construcción de la Entrevista								
5	Entrevistas con el personal de la empresa								
6	Análisis de los resultados								
7	Fin del Diagnóstico								

*Fuente: Elaborado por Ronald Monzón*

## 1.4 Recopilación de datos:

### 1.4.1 Fichas de entrevista

#### FICHA DE ENTREVISTA



ENTREVISTADOR: RONALD MONZON

ENTREVISTADO: Licda. Arleni Soto

FECHA: 5 DE FEBRERO DE 2019

PUESTO: Directora Ejecutiva

HORA: 10:00 AM.

#### Preguntas

1. Según la visión que ustedes tienen están alcanzando los objetivos?
2. Cuales son las debilidades de la comunicación externa ?
3. Cual es su organigrama ?
4. Que departamentos tienen y cual es la función de cada uno?,
5. Que le apasiona de su trabajo?.
6. Han trabajado alguna estrategia de comunicación externa?
7. Que canales de comunicación han utilizado?
8. Que medios ha sido mas eficiente ?
9. Cual es su grupo objetivo?
10. Que le gustaría mejorar?
11. Cual es el objetivo de las capacitaciones?
12. Se han alcanzado los objetivos de las capacitaciones realizadas?
13. Que tan frecuente realizan capacitaciones ?
14. Ustedes tienen un FODA ?
15. Cual es su fortaleza?

#### FICHA DE ENTREVISTA



ENTREVISTADOR: RONALD MONZON

ENTREVISTADO: Licda. Marta Hernández

FECHA: 5 DE FEBRERO DE 2019

PUESTO: Directora Ejecutiva

HORA: 10:45 AM.

#### Preguntas

1. Según la visión que ustedes tienen están alcanzando los objetivos?
2. Cuales son las debilidades de la comunicación externa ?
3. Cual es su organigrama ?
4. Que departamentos tienen y cual es la función de cada uno?,
5. Que le apasiona de su trabajo?.
6. Han trabajado alguna estrategia de comunicación externa?
7. Que canales de comunicación han utilizado?
8. Que medios ha sido mas eficiente ?
9. Cual es su grupo objetivo?
10. Que le gustaría mejorar?
11. Cual es el objetivo de las capacitaciones?
12. Se han alcanzado los objetivos de las capacitaciones realizadas?
13. Que tan frecuente realizan capacitaciones ?
14. Ustedes tienen un FODA ?
15. Cual es su fortaleza?

## FICHA DE ENTREVISTA



ENTREVISTADOR: RONALD MONZON  
ENTREVISTADO: Licda. Viví Martínez  
FECHA: 5 DE FEBRERO DE 2019  
PUESTO: Directora Ejecutiva  
HORA: 10:45 AM.

### Preguntas

1. Según la visión que ustedes tienen están alcanzando los objetivos?
2. Cuales son las debilidades de la comunicación externa ?
3. Cual es su organigrama ?
4. Que departamentos tienen y cual es la función de cada uno?,
5. Que le apasiona de su trabajo?.
6. Han trabajado alguna estrategia de comunicación externa?
7. Que canales de comunicación han utilizado?
8. Que medios ha sido mas eficiente ?
9. Cual es su grupo objetivo?
10. Que le gustaría mejorar?
11. Cual es el objetivo de las capacitaciones?
12. Se han alcanzado los objetivos de las capacitaciones realizadas?
13. Que tan frecuente realizan capacitaciones ?
14. Ustedes tienen un FODA ?
15. Cual es su fortaleza?

### 1.4.2 Resultado de las entrevistas

#### Preguntas

#### **Según la visión que ustedes tienen están alcanzando los objetivos?**

Si se están alcanzando los objetivos pero les afecta la falta de recurso que hay hasta el momento. Tampoco tienen indicadores para ver en qué porcentaje lo han alcanzado según la opinión de las entrevistadas.

#### **Cuáles son las debilidades de la comunicación externa?**

Todas coinciden que No tienen movimiento en Internet ni en medios digitales, eso hace que no sea reconocido a nivel internacional o a nivel local. Adicional no cuentan con una persona que se dedique directamente al tema, eso no les permite tener una comunicación externa directamente. No se le ha dado la importancia que tiene la comunicación.

**Cuál es su organigrama:**

Las entrevistadas están empapadas y conocen la estructura de la fundación.

Asamblea General

Junta directiva

Dirección ejecutiva

Coordinaciones

Coordinación de talleres, Dirección artística, talleres, unidad administrativa, contable, coordinación de monitoreo y supervisión, Instructores.

**Que departamentos tienen y cuál es la función de cada uno,**

Dirección Ejecutiva y coordinaciones,

Coordinación de talleres, coordinación de monitoreo y supervisión, dirección de proyectos.

**Que le apasiona de su trabajo?**

A la mayoría le apasiona trabajar con las personas discapacitadas y lograr que sean mejores en la sociedad.

**Han trabajado alguna estrategia de comunicación externa?**

Indicaron las entrevistadas que Se hizo en un par de eventos, con alas de libertad y fashion shows, los cuales fueron muy exitosos, y se han realizado otros eventos.

La divulgación fue con medios masivos en programas de ellos, tanto en canales y radios.



Vallas publicitaria, pantallas de focus media. Medios escritos. Pero no han elaborado estrategia correcta para mantenerlo

### **Que canales de comunicación han utilizado?**

La mayoría de las entrevistadas estuvo de acuerdo que los medios que han utilizado son Radio, prensa, televisión, redes sociales un poco, vallas.

### **Que medios ha sido más eficiente?**

Algunas entrevistadas dijeron que son los Medios escritos y otra que vía telefónica

### **Cuál es su grupo objetivo?**

Concuerdan en su grupo objetivo el cual son Personas con discapacidad organizaciones, donadores de fondos.

### **Que le gustaría mejorar en la información?**

Dos de las entrevistadas dijeron que Mejorar la información que se encuentra en este momento en Internet y área digital, y la otra dijo actualizar su página web.

### **Cuales el objetivo de las capacitaciones?**

Todas dijeron que Poder desarrollar habilidades sociales, tales como, trabajo en equipo, comunicación, socialización, potenciar auto estima. En las personas con discapacidad.

### Se han alcanzado los objetivos de las capacitaciones realizadas?

Si se están alcanzando y otra dice que aún falta para alcanzar los objetivos

### Que tan frecuente realizan capacitaciones?

Una vez a la semana, de lunes a viernes.

### Ustedes tienen un FODA?

Todas concuerdan que no usan foda para trabajar

#### 1.4.3 Tabla comparativa: puntos de encuentros y disensos entre entrevistados:

CUADRO COMPARATIVO			
No	Temas	Aspectos Positivos	Disensos
1	<i>Según la visión que ustedes tienen están alcanzando los objetivos</i>	<b>Todos afirmaron que sí se están alcanzando.</b>	<b>Algunos confirmar que tuvieran mejor resultados con una buena comunicación digital</b>
2	<i>Cuáles son las debilidades de la comunicación externa</i>	<b>1 de los entrevistados, dijo que su comunicación en este momento es eficiente</b>	<b>2 personas concuerdan que hace falta comunicación digital, ser parte de internet y estar a la vanguardia de la tecnología en redes sociales.</b>

3	<i>Cuál es su organigrama</i>	<b>Únicamente la directora ejecutiva, sabe bien el organigrama de la institución</b>	<b>El resto de los entrevistados indicaron no saber sobre el organigrama</b>
4	<i>Que le apasiona de su trabajo</i>	<b>La mayoría de los entrevistados concuerdan que les apasiona ayudar a las personas con discapacidad.</b>	<b>Una persona indica que le apasiona colaborar con la fundación.</b>
5	<i>Han trabajado alguna estrategia de comunicación externa</i>	<b>La mayoría concuerda que si se ha trabajado comunicación externa en alguna manera.</b>	<b>Una persona indica no saber al respecto</b>
6	<i>Que medios ha sido más eficiente</i>	<b>La mayoría confirma que los medios más eficientes hasta el momento a sido el medio escrito y la telefonía.</b>	<b>Pero la mayoría afirma, que si tuvieran comunicación en el área digital que este sería más eficiente.</b>
7	<i>Cuales el objetivo de las capacitaciones</i>	<b>Todos concuerdan que es desarrollar las habilidades e inserción a la sociedad de las personas con discapacidad.</b>	
8	<i>Que le gustaría mejorar en la información</i>	<b>Todos concuerdan que les gustaría mejorar su página web y su comunicación en Internet para llegar a más personas.</b>	

*Fuente: Elaborado por Ronald Monzón*

## **1.5 Radiografía de la institución**

El análisis FODA es un instrumento de planificación estratégica, por lo general se usa como parte de hacer una exploración del entorno, que ayudan a identificar los factores externos que deben ser previsto, y los factores internos (fortalezas y debilidades es decir) que necesitan ser planificadas en la determinación de que una empresa debe ir en el futuro. Más concretamente, el proceso implica la identificación de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (que es lo que las letras representan FODA). (Chiavenato, 2003)

### **FODA**

#### **1.5.1 Fortalezas**

La página web esta desactualizada y no se ha actualizado en varios años, se necesita un nuevo enfoque de comunicación digital que les permita darse a conocer, no cuentan con geo referencias en el área de Internet.

#### **1.5.2 Oportunidades**

Se cuenta con contactos conocedores en la creación de blog, se cuenta con conocimiento en el área digital, se cuenta con contactos que trabajan redes sociales y páginas web, necesitan actualizar su página web y tener mejor la presencia en la misma, necesitan mejorar su comunicación digital, necesitan una persona que pueda ayudarles a realizar dichos cambios.

#### **1.5.3 Debilidades**

No se cuenta con presupuesto para elaborar el proyecto, se debe conseguir, será la primera vez que se trabaje una estrategia de comunicación, la página web necesita hacerle modificaciones o crear otra que cuente con los requerimientos de la fundación.

No cuentan con equipo tecnológico para poder actualizar la página web, ni conocimientos para realizar diseños ni banner para redes sociales.

#### **1.5.4 Amenazas**

En estos momentos no se cuenta con presupuesto para elaborar algún tipo de proyecto en la fundación se tiene que buscar quien done dicho presupuesto.

## **CAPÍTULO II**

### **2. PLAN DE COMUNICACIÓN**

El Fortalecimiento de la Imagen Institucional de la Fundación Artes Muy especiales, para lo cual se planifica lo siguiente:

La creación de una página web la cual servirá para dar a conocer la misión de la Fundación ante su público objetivo; sustituyendo la que se encuentra actualmente ya que está desactualizada.

La elaboración del Google My Business de la Fundación.

La integración de la fundación a Waze y a Google Maps. Para darle mayor visibilidad en Internet.

#### **2.1 Antecedentes Comunicacionales:**

En la empresa se ha realizado una Página Web, la cual en este momento se encuentra desactualizada, así mismo no hay quien pueda manejarla para realizar actualizaciones de la misma. También la fundación actualmente no se encuentra integrada a las plataformas de Geo referencia de Google Maps y de Waze.

También se verificó que no cuenta con la tarjeta de Google My business.

Se han hecho estrategias de comunicación anteriores como eventos y otras actividades, así mismo como presentaciones en algunos programas radiales y televisivos sin embargo en Internet la presencia ha sido mínima.

## **2.2 Objetivos De Comunicación:**

### **2.2.1 Objetivo General:**

Fortalecer la imagen institucional de la Fundación Artes Muy Especiales, en el área digital, Internet.

### **2.2.2 Objetivo Específicos:**

Creación de una página web para la empresa, con el objetivo principal de dar a conocer su imagen y proyección ante su público objetivo.

Mejorar su posicionamiento en el mercado Digital.

Que tenga una herramienta electrónica de proyección hacia lo externo de la empresa.

## **2.3 Público Objetivo:**

La Fundación define como su público objetivo a toda persona, empresa, o institución que esté interesado a desarrollar habilidades especiales a través del arte. Enfocándose principalmente a Personas con discapacidad, fundaciones con personas con discapacidad.

## **2.4 El Mensaje:**

Con la creación de una página web, permitirá proyectarse ante su público objetivo y expandirse más en el mercado Digital. Internet será la herramienta adecuada para expandir y darse a conocer. Teniendo el Conocimiento que las artes permiten la identificación, desarrollo, impulso y difusión de las capacidades artísticas de personas con discapacidad, para su inclusión integral.

## 2.5 Estrategia:

Como parte de la estrategia se tiene la planificación siguiente:

La elaboración de una página web, la cual servirá a la Fundación Artes Muy Especiales, para darse a conocer, acercarse más a sus beneficiarios que deseen formar parte de esta maravillosa fundación, y llegar a posibles donantes, quienes tengan la intención de seguir ayudando al fortalecimiento de cada uno de los guatemaltecos que forman parte de la fundación.

Se hará la integración a Google Maps, y a Waze.

Se hará la creación de la tarjeta de presentación Google My business.

Se capacitará al personal de la fundación para que puedan hacerle cambios a la página web. Se tratara de hacerla en una plantilla amigable y fácil para su manejo.

## 2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN:

	<b>ACCIÓN 1</b>
<b>ELABORACIÓN DE PÁGINA WEB</b>	<b>Se elaborará una página web y se dará una capacitación sobre medios digitales explicará cómo pueden hacerle modificaciones y cambios a la misma para mantenerla actualizada.</b>
<b>PROBLEMA</b>	<b>Actualizará página web la cual se encuentra desactualizada y la cual no pueden utilizar por falta de conocimientos y claves de ingreso.</b>
<b>PRODUCTO</b>	<b>Creación de una página web, Creación de una página web, buscar dns de página web que tienen por el momento, crear boceto, imágenes a publicar.</b>



<b>OBJETIVO COMUNICACIONAL</b>	<b>Fortalecer la comunicación institucional en medios digitales.</b>
<b>PÚBLICO OBJETIVO</b>	<b>toda persona, empresa, o institución que esté interesado a desarrollar habilidades especiales a través del arte</b>
<b>MEDIO DE DIFUSIÓN</b>	<b>Internet, Medios digitales</b>

	<b>ACCIÓN 2</b>
<b>INTEGRACIÓN A GOOGLE MAPS</b>	<b>Se integrará a las plataformas de Google Maps, geo referencias, con el fin de tener mejor presencia en el área digital con el posicionamiento orgánico, así mismo como mejor localización de la fundación a través de rutas y accesos por medio de mapas de navegación. se dara capacitacion para el uso y mantenimiento de esta plataforma.</b>
<b>PROBLEMA</b>	<b>En este momento muchas personas desconocen de la ubicación de la fundación, saben que se encuentra dentro de las instalaciones de la alianza europea pero no como llegar a la misma.</b>
<b>PRODUCTO</b>	<b>Google Maps, fotografías, coordenadas de la fundación, información digital.</b>
<b>OBJETIVO COMUNICACIONAL</b>	<b>Fortalecer la comunicación institucional en medios digitales.</b>
<b>PÚBLICO OBJETIVO</b>	<b>toda persona, empresa, o institución que esté interesado a desarrollar habilidades especiales a través del arte</b>
<b>MEDIO DE DIFUSIÓN</b>	<b>Internet, Medios digitales</b>

	<b>ACCIÓN 3</b>
<b>INTEGRACIÓN A WAZE</b>	<b>Se integrará a las plataformas de Waze, geo referencias, con el fin de tener mejor presencia en el área digital con el posicionamiento orgánico, así mismo como mejor localización de la fundación a través de rutas y accesos por medio de mapas de navegación.</b>
<b>PROBLEMA</b>	<b>En este momento muchas personas</b>

	desconocen de la ubicación de la fundación, saben que se encuentra dentro de las instalaciones de la alianza europea pero no como llegar a la misma.
<b>PRODUCTO</b>	Waze, fotografías, coordenadas de la fundación, información digital.
<b>OBJETIVO COMUNICACIONAL</b>	Fortalecer la comunicación institucional en medios digitales.
<b>PÚBLICO OBJETIVO</b>	toda persona, empresa, o institución que esté interesado a desarrollar habilidades especiales a través del arte
<b>MEDIO DE DIFUSIÓN</b>	Internet, Medios digitales

	<b>ACCIÓN 4</b>
<b>INTEGRACION A GOOGLE MY BUSINESS</b>	Se integrará a las plataformas de Google Business, cartilla de presentación de la empresa en el área digital, con el fin de tener mejor presencia en el área digital con el posicionamiento orgánico, se impartirá capacitación para enseñarles cómo modificar y mantener activa la plataforma.
<b>PROBLEMA</b>	En este momento muchas personas desconocen lo que hace fundación, con esta cartilla, las personas que busquen la fundación, tendrán una breve información de que es lo que realiza, horarios de atención, días que brindan los servicios administrativos entre otros.
<b>PRODUCTO</b>	Google My Business, fotografías, coordenadas de la fundación, información digital.
<b>OBJETIVO COMUNICACIONAL</b>	Fortalecer la comunicación institucional en medios digitales.
<b>PÚBLICO OBJETIVO</b>	toda persona, empresa, o institución que esté interesado a desarrollar habilidades especiales a través del arte
<b>MEDIO DE DIFUSION</b>	Internet, Medios digitales

## CAPÍTULO III

### 3. INFORME DE EJECUCIÓN

#### 3.1 PROYECTO DESARROLLADO

El proyecto desarrollado para ejecutar en la Fundación Artes Muy Especiales, fue la creación y modificación de la página web que estaba desactualizada, creación Google my business, geo referencias en Waze y Google Maps. las cual la pueden encontrar bajo lo siguiente:

Página web dirección [www.artesmuyespeciales.com](http://www.artesmuyespeciales.com) en la referida página podemos encontrar información relacionado a los servicios que la misma proyecta y descripción de la fundación.

Además de la creación de la página web, se elaboró la tarjeta de presentación digital (GOOGLE MY BUSINESS) en la cual contiene datos importantes de la empresa y con lo cual se pretende dar a conocer a la entidad ante su público objetivo en Internet.

Así mismo se Geo referencio la fundación para que sea más fácil llegar a la misma o sea más fácil la brusquedad de la misma. Para ello se utilizó las plataformas de Waze y Google Maps.

### 3.1.1 Financiamiento

El desarrollo y puesta en marcha del sitio web de la Fundación, está avalado y autorizado por la Directora y junta directiva de la Fundación. Los gastos en los cuales se incurrió en el dominio y Hosting fueron donados por parte de la Institución, en la creación de la página, creación de Google My Business, Waze y Google Maps, es un aporte del Epesista para la Fundación que le brindó la oportunidad de realizar el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura (EPSL 2019).

### 3.1.2 Presupuesto

PRESUPUESTO				
Cantidad	Descripción	Precio unitario	Total	Financiamiento
1	Llamadas telefónicas		Q 100.00	EPESISTA
2	Internet	Q 200.00	Q 200.00	EPESISTA
3	Asesoría comunicacional		Q 4,000.00	EPESISTA
4	Geo referencias Waze y Google Maps, pago 5 años	Q 1500.00	Q 3,000.00	EPESISTA
5	Construcción página web	Q 1,600.00	Q 1,600.00	EPESISTA

6	Accesos a estadísticas, programa de publicar	Q 1,000	Q 1,000.00	EPESISTA
7	Gastos varios		Q 600.00	EPESISTA
TOTAL			Q 10,500.00	

*Fuente: Elaborado por Ronald Monzón*

FINANCIAMIENTO	MONTO
EPESISTA	Q 10,500.00
Financiamiento	Q 0.00
Patrocinadores	Q 0.00
TOTAL	Q 10,500.00

*Fuente: Elaborado por Ronald Monzón*

### 3.1.3 Beneficiarios

Los beneficiarios de este proyecto de comunicación, a través de la elaboración de las herramientas digitales será la Fundación Artes muy especiales, tomando en consideración que a través de este medio masivo, podrá proyectarse ante sus posibles beneficiarios y donantes.

### 3.1.4 Recursos Humanos

4 PUESTO	ACTIVIDAD
Licenciada Arleni Soto Directora Ejecutiva.	<b>Me Permitió realizar el trabajo de comunicación dentro de la fundación Artes muy Especiales y a la vez autorizó la creación del sitio web, creación de Waze, Google Maps y Google My Business.</b>
Personal Fundación Artes Muy Especiales	<b>Siempre estuvieron pendientes y accesibles a proporcionar la información necesaria para la creación del sitio web.</b>
Personal Fundación Artes Muy Especiales	<b>Accesibles y atentos para brindarme información relacionada a la fundación para la creación de Google my business, Google Maps y Waze.</b>
Otros	<b>Personal de Google y Publicar, me brindaron información y espacio para la creación de los servicios de la fundación así como su apoyo en conceptos y programas que desconocía.</b>

*Fuente: Elaborado por Ronald Bony Bill Monzón González*

### **3.1.5 Áreas Geográficas de Acción**

La estrategia de Comunicación de Artes Muy Especiales se realizó dentro de las instalaciones de la fundación y en domicilio de Epesista ya que este es elaborado en forma digital.

## **3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS**

Como parte de las estrategias y acciones planificadas, se ejecutaron las siguientes:

### **PÁGINA WEB**

Se actualizo la Página Web de la Fundación la cual la podremos encontrar en Internet en la dirección [www.artesmuyespeciales.org](http://www.artesmuyespeciales.org), la cual cada una de sus pestañas contiene información importante de la Fundación:



**Quiénes somos:** está la identificación de la Fundación, su razón de ser, a qué se dedica.

**Galerías:** encontramos artistas como, bailarines, pintores, compañías de danza, que colaboran con la fundación.

**Eventos:** en este espacio se colocan las actividades que se encuentran más próximas para la fundación.

**Músicos:** aquí podemos encontrar los nombres de los músicos que brindan apoyo a la Fundación, para las presentaciones de sus beneficiarios.

**Como ayudar:** se encuentra la información necesaria para los donadores de recursos hacia la fundación, ya sea comunicándose directamente o realizando donativos a través de tarjeta de crédito o débito hacia la Fundación.

**Colaboradores:** se encuentran las empresas que actualmente colaboran con



la fundación.

**Contactos:** en ella encontramos los datos direccionadores de la Fundación, para que las personas puedan comunicarse con la misma.

### ✓ GOOGLE MY BUSINESS

Cerca de 35,400,000 resultados (0.48 segundos)

**Fundación Artes Muy Especiales - Inicio | Facebook**  
<https://es-la.facebook.com> > Páginas > Empresas > Organización sin fines de lucro ▾  
Fundación Artes Muy Especiales. 3.8 mil Me gusta. Artes Muy Especiales "transformando la vida a través de las artes"

**Artes muy especiales - Alianza Francesa**  
<https://alianzafrancesa.org.gt/evento/artes-muy-especiales/> ▾  
Presentación del programa de la Fundación. "Artes muy especiales". La Fundación "Artes muy especiales" es una organización no lucrativa que enriquece la ...

**Imágenes de artes muy especiales**

Más imágenes de artes muy especiales Notificar imágenes

**Videos**

CHISPA CHAPINA CON FUNDACIÓN ARTES MUY ESPECIALES 12:57

Fundación Artes muy especiales 3:51

Nos visitaron de la Fundación Artes Muy Especiales 5:29

**Artes Muy Especiales**

Cómo llegar Guardar

5.0 ★★★★★ comentario de Google

Oficinas de empresa

Dirección: Guatemala  
Teléfono: 4166 0055

Sugerir una edición · ¿Eres propietario de esta empresa?

Agregar la información que falta

Agregar el horario de atención

Agregar sitio web

¿Conoces este lugar? Responde unas preguntas rápidas

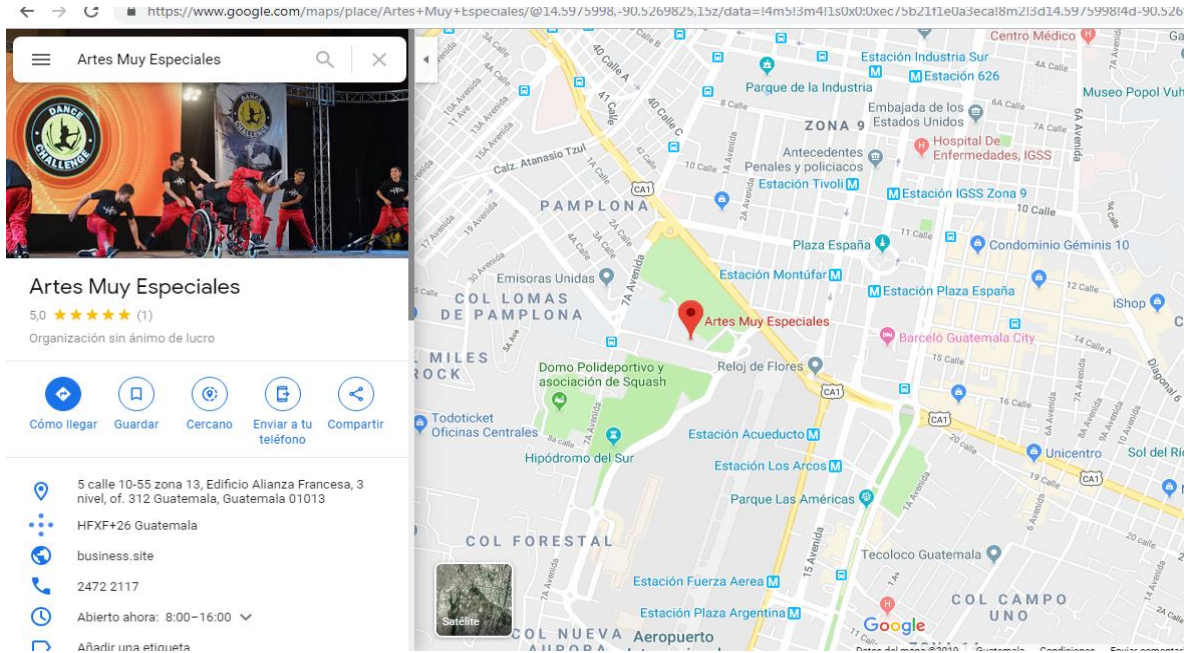
Preguntas y respuestas

Sé el primero en hacer una pregunta

Se muestra la ficha de google my business, o tarjeta de presentación en Internet en Google cuando colocamos el nombre de la fundación.

✓ GOOGLE MAPS

Se muestra la ubicación geográfica de Artes muy especiales y como llegar hacia las oficinas de la fundación. Acompañado de datos direccionadores.



✓ WAZE



Te muestra los datos direccionadores de Waze.

### 3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES															
ACTIVIDADES	MAYO					JUNIO					JULIO				
SEMANA	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
<b>Acercamiento a la empresa</b>															
<b>Reunión con Directora Ejecutiva de la Fundación</b>															
<b>Planificación para la elaboración del sitio web, Waze, google Maps, google my business</b>															
<b>Recopilación de la información para colocar en el sitio web</b>															
<b>Recopilación de la información para colocar en Waze, google Maps, google my business</b>															
<b>Pruebas para el funcionamiento del sitio web, Waze, google Maps, google my buisness</b>															
<b>Presentación de medios creados en INTERNET</b>															
<b>Entrega de claves y accesos a las plataformas de INTERNET.</b>															

Fuente: Elaborado por Ronald Bony Bill Monzón González

### 3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL EN INTERNET DE LA FUNDACION ARTES MUY ESPECIALES		
ACCIONES	INDICADORES CUANTITATIVOS	INDICADORES CUALITATIVOS
<p><b>Creación de la Página Web, Waze, Google My Business, Google Maps.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Licenciada Arleni Soto Directora Ejecutiva.</b></li> <li>• <b>Demás personal de la Fundación</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Son herramientas excelentes ya que hoy en día son de suma utilidad para la Fundación, pues se tiene presencia en los medios digitales que es lo que utilizan actualmente las empresas y personas que desean formar parte de la fundación o apoyar de alguna manera a la misma.</b></li> <li>• <b>tener un sitio web ayuda para darse a conocer en línea, lo cual facilita el acercamiento con las personas que requieren los servicios de la fundación.</b></li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Estar en Waze y Google Maps son una forma de dar a conocer la</b></li> </ul>

		<b>Fundación de una manera muy sencilla pero eficiente. A la vez que las personas saben donde nos encontramos y donde nos pueden ubicar.</b>
--	--	--

*Fuente: Elaborado por Ronald Bony Bill Monzón González*

## CONCLUSIONES

El informe presentado sobre el Ejercicio Profesional Supervisado, donde se elaboraron estrategias para la Fundación Artes Muy Especiales son elementos importantes que quedarán como aporte para nuestra querida Escuela de Ciencias de la Comunicación, será un material que servirá a futuro como apoyo a los próximos estudiantes.

Se le elaboro a la Fundación Artes Muy Especiales, herramientas digitales importantes para su presencia y posicionamiento en Internet para el fortalecimiento de la imagen institucional que le permite estar a la vanguardia de instituciones a nivel mundial.

Con el diagnóstico realizado nos permitió conocer las necesidades de comunicación externa que tenía por lo que se le propuso realizar el rediseño de la página web y adicional crearle las geo referencias en Wazze y Google Maps esto ayudara a mejorar su posicionamiento en los medios digitales así también a fortalecer su imagen institucional.

## **RECOMENDACIONES**

Después de realizar el presente informe se presentan las recomendaciones siguientes:

Mantener el fortalecimiento de la imagen institucional de la empresa, implementando estrategias de comunicación para darle mantenimiento a las plataformas entregadas.

Se recomienda el mantenimiento de la información actualizada de la página web con el fin de que esta siga en movimiento y mantenga su propio Seo.

Realizar el pago anual de la página a efecto de evitar su desactivación y pérdida del dominio.

Actualizar información de Google my business con fotografías, eventos e información de importancia, para que este tome relevancia y posicionamiento en Internet.

## GLOSARIO DE TÉRMINOS

- 1. Antecedentes:** Sirve para referirse aquello que antecede. Este término puede utilizarse para hablar de una circunstancia o acción que sirve como referencia para comprender con mayor exactitud un hecho posterior.
- 2. Ciberespacio:** Espacio virtual creado con medios cibernéticos.
- 3. Comunicación:** Acción y resultado de comunicar o comunicarse.
- 4. Contabilidad:** Sistema de control y registro de los gastos e ingresos y demás operaciones económicas que realiza una empresa o entidad.
- 5. Costo:** Cantidad de dinero una cosa u objeto.
- 6. Directora:** Persona o conjunto de personas que se encargan de dirigir, gestionar o administrar una sociedad, empresa u otra entidad.
- 7. Diseño:** Actividad creativa que tiene por fin proyectar objetos que sean útiles y estéticos.
- 8. Dominio:** Extensión o dominio de Internet es un nombre único que identifica a un sitio web en Internet. El propósito principal de los nombres de dominio en Internet y del sistema de nombres de dominio, es traducir las direcciones IP de cada activo en la red, a términos memorizables y fáciles de encontrar



- 9. Empresa:** Una empresa es una organización o institución dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales para satisfacer las necesidades de bienes o servicios de los solicitantes, a la par de asegurar la continuidad de la estructura productivo-comercial así como sus necesarias inversiones.
- 10. Entrevista:** Conversación que un periodista mantiene con una persona y que está basada en una serie de preguntas o afirmaciones que plantea el entrevistador y sobre las que la persona entrevistada da su respuesta o su opinión.
- 11. Estrategia:** Serie de acciones muy meditadas, encaminadas hacia un fin determinado.
- 12. Estudio:** ejercicio o esfuerzo del entendimiento o la inteligencia para comprender o aprender algo, en especial una ciencia o un arte.
- 13. Financiamiento:** Recursos monetarios que se destinan al desarrollo de un proyecto.
- 14. FODA:** El análisis FODA es una herramienta de planificación estratégica diseñada para un análisis interno en una empresa.
- 15. Fortalecimiento de la Imagen:** Comunicación encargada organizar una serie de planes, estrategias y actividades para fortalecer la imagen institucional.
- 16. Fundación:** Sociedad u organización cuyos miembros se dedican a obras

sociales, culturales o humanitarias sin finalidad lucrativa

**17. Google Maps:** Google Maps es un servidor de aplicaciones de mapas en la web que pertenece a Alphabet Inc. Ofrece imágenes de mapas desplazables, así como fotografías por satélite del mundo e incluso la ruta

**18. Google My Business:** Google My Business es un servicio basado en Internet para propietarios de negocios y operado por Google. La red se lanzó en junio de 2014 como una forma de otorgar a los propietarios de negocios un mayor control de lo que se muestra en los resultados de búsqueda cuando alguien busca un nombre de empresa determinado.

**19. Hosting:** El alojamiento web es el servicio que provee a los usuarios de Internet un sistema para poder almacenar información, imágenes, vídeo, o cualquier contenido accesible vía web.

**20. Instrumentos de Investigación:** es la herramienta utilizada por el investigador para recolectar la información de la muestra seleccionada y poder resolver el problema de la investigación, que luego facilita resolver el problema de mercadeo

**21. Investigación:** Estudio profundo de una materia.

**22. Medios de comunicación:** Usualmente se utiliza el término para hacer referencia a los medios de comunicación masivos, (MCM, medios de comunicación de masas).

**23. Metodología:** Conjunto de métodos que se siguen en una investigación

científica, un estudio o una exposición doctrinal.

**24.Objetivo:** Finalidad de una acción.

**25.Observación Científica:** Es la herramienta utilizada por el investigador para recolectar la información de la muestra seleccionada y poder resolver el problema de la investigación, que luego facilita consiste en examinar directamente algún hecho o fenómeno.

**26.Organigrama:** Representación gráfica de la estructura de una empresa o una institución, en la cual se muestran las relaciones entre sus diferentes partes y la función de cada una de ellas, así como de las personas que trabajan en las mismas.

**27.Página web:** Una página web, o página electrónica, página digital, es un documento o información electrónica capaz de contener texto, sonido, vídeo.

**28.Presupuesto:** Conjunto de los gastos e ingresos previstos para un determinado período de tiempo.

**29.Público objetivo:** Grupo de personas que la empresa elige como futuros clientes de tu producto o servicio. Es para ellos que las acciones de marketing se centrarán

**30.SEO:** Optimiza el posicionamiento de sitios web para buscadores, logra más visibilidad y tráfico. Cumple tus objetivos con una ruta de estudio y obtén tu certificación y proyecta tu perfil. Acceso a todos los cursos. Aprende desde cero. Certificación. Clases descargables. Online y a tu ritmo.

**31.Servicios:** Un Servicio son un conjunto de acciones las cuales son realizadas

para servir a alguien, algo o alguna causa

**32. Sinopsis:** Una sinopsis es un resumen general de una obra en particular. El término «sinopsis» procede del latín «synopsis», cuyos orígenes se remontan al griego y que etimológicamente significa visión de conjunto.

**33. Visión empresarial:** La visión empresarial es la capacidad de proyectar el futuro de una empresa. En un concepto más terminado

**34. Waze:** Waze es una aplicación social de tránsito automotor en tiempo real y navegación asistida por GPS desarrollada por Waze Mobile. El 11 de junio de 2013, Google completó la adquisición de Waze en \$966 millones de dólares

**35. www:** World, Wide, Web

## **BIBLIOGRAFÍA:**

Bibliografía

**BONILLA CASTRO, E. R. (1977).** *Mas allá del dilema de los métodos.* Colombia: Grupo Editorial Norma.

**Castro Márquez, F. (2003).** *El proyecto de investigación y su esquema de elaboración.* Caracas: Uyapar.

**Chiavenato, I. (2003).** *Introducción a la Administración.* Mc Graw Hill .

**Echegaray de Juárez, E. M. (1971).** *Estudio dirigido : técnicas del trabajo intelectual.* Buenos Aires: Kapelusz.

**Sabino, C. (1992).** *El Proceso de Investigación.* Buenos Aires,.

**Schmelkes, K. (1988).** *Manual de Tecnicas de Investigacion.* Mexico: Harla.

## ANEXOS



**Universidad de San Carlos de Guatemala**  
**Escuela de Ciencias de la Comunicación**  
 Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2019



### Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Ronald Bony Bill Monzón González  
 No. Carné y DPI: 9711843/1713348920101  
 Jefe o Encargado (a): Licenciada, Arleni Soto.  
 Institución o Empresa: Fundación Artes Muy especiales  
 Supervisor de EPSL: Lic. Josué Andrade

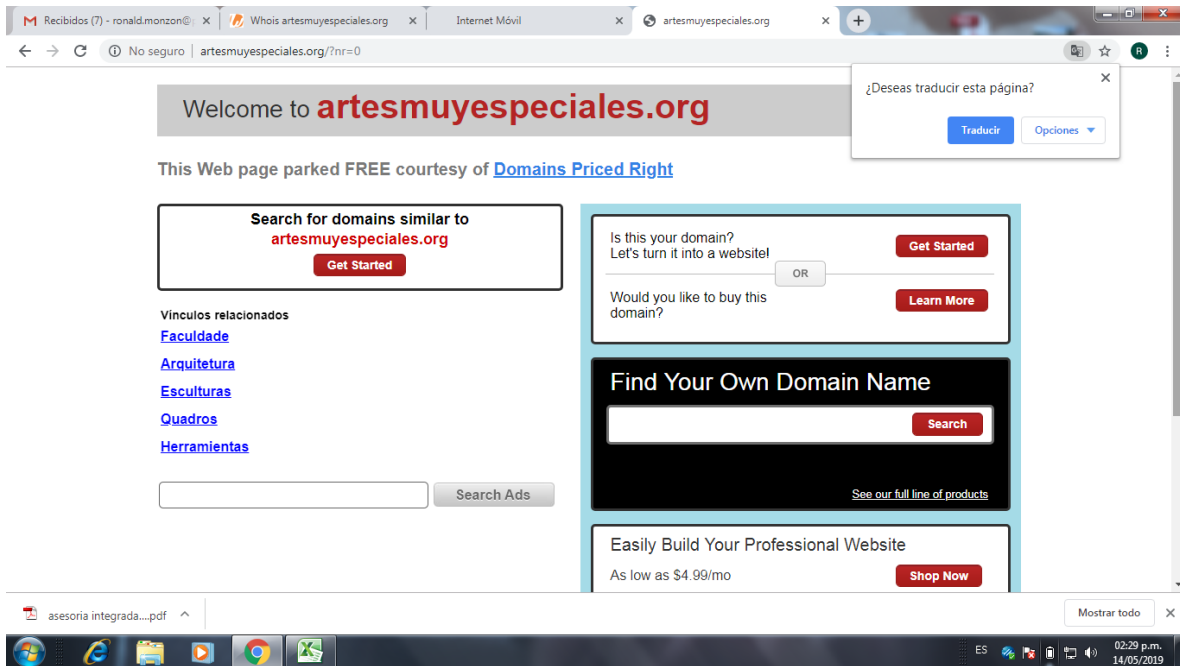
Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 14 / Al: 19	MAYO	5	5	5	5	5	0	25 hrs.
2	Del: 20/ Al: 26	MAYO	5	5	5	5	5	0	25 hrs.
3	Del: 27 / Al: 02	MAYO	5	5	5	5	5	0	25 hrs.
4	Del: 03 / Al: 09	JUNIO	5	5	5	5	5	0	25 hrs.
5	Del: 10 / Al: 16	JUNIO	5	5	5	5	5	0	25 hrs.
6	Del: 17 / Al: 23	JUNIO	5	5	5	5	5	0	25 hrs.
7	Del: 24 / Al: 30	JUNIO	5	5	5	5	5	0	25 hrs.
8	Del: 01 / Al: 07	JULIO	5	5	5	5	5	0	25 hrs.
9	Del: 08 / Al: 14	JULIO	5	5	5	5	5	0	25 hrs.
10	Del: 15/ Al: 21	JULIO	5	5	5	5	5	0	25 hrs.
11	Del: 22/ Al: 28	JULIO	5	5	5	5	5	0	25 hrs.
12	Del: 29/ Al: 04	JULIO/AGO STO	5	5	5	5	5	0	25 hrs.
<b>TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS</b>									<b>300 hrs.</b>

**Fundación  
Artes Muy Especiales  
Guatemala**

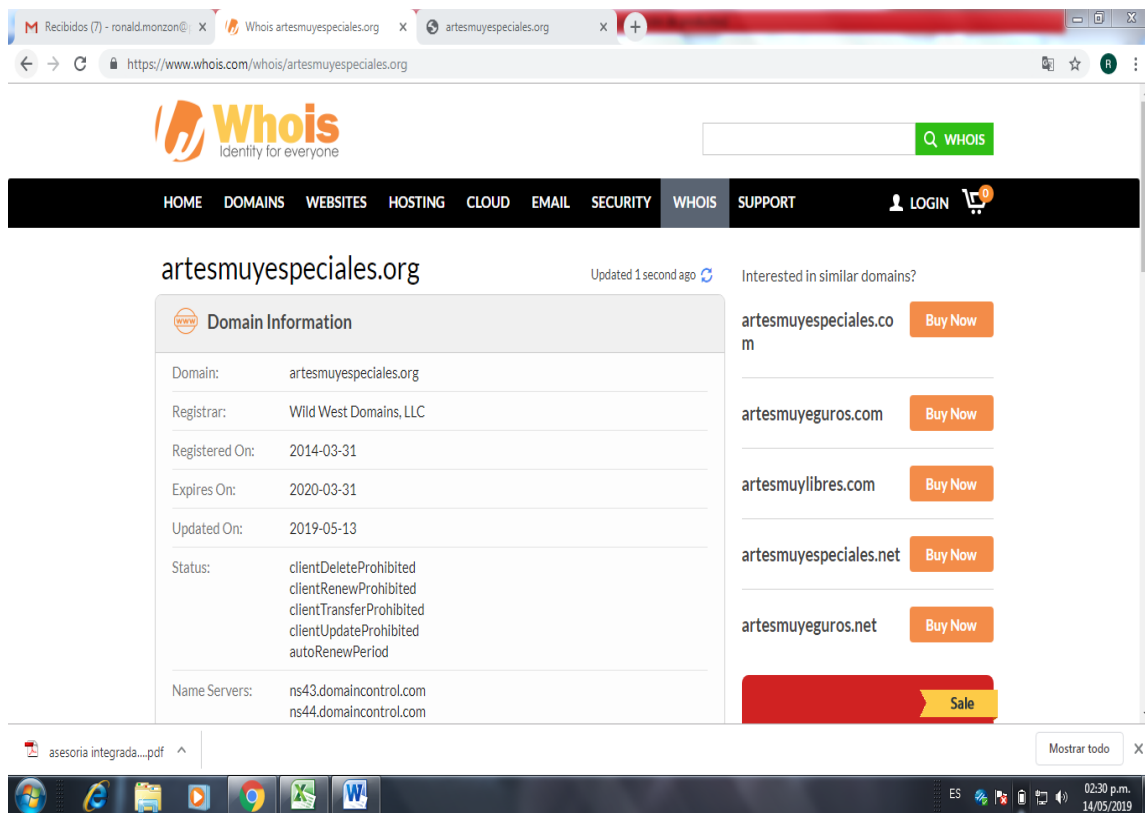
(f)   
 Licenciada Arleni Soto, Firma y sello(a)

(f)   
 Licenciado Josué Andrade – Supervisor EPSL

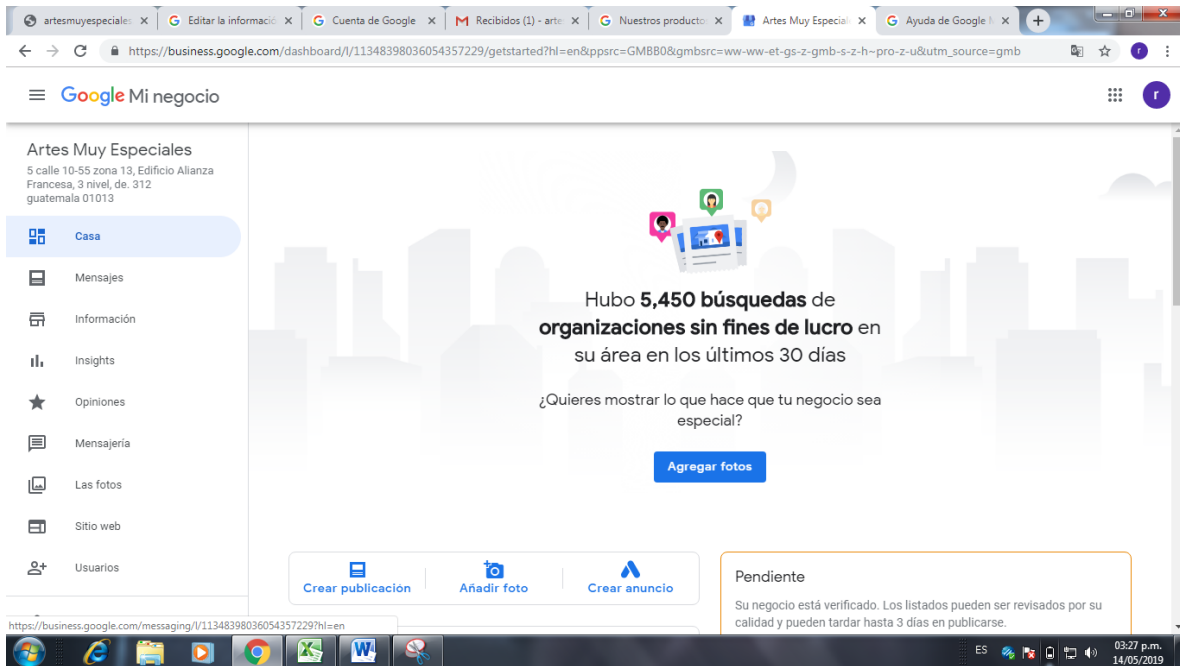




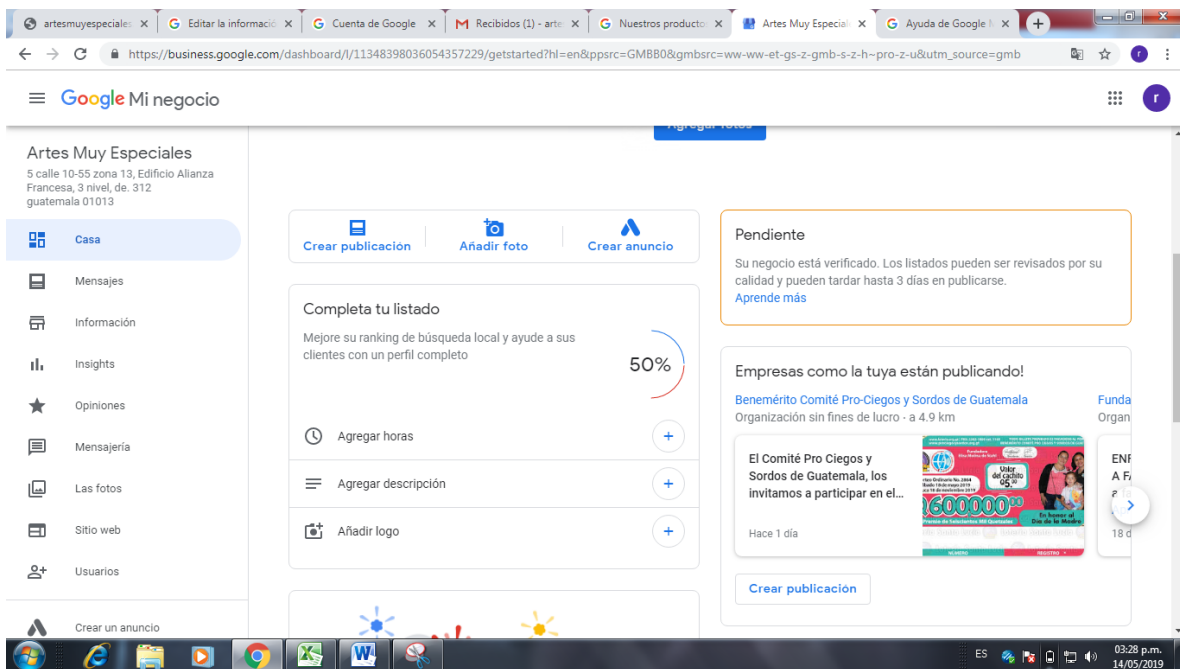
**Dominio de la fundación, antes de comprarlo y renovarlo.**



**Se buscó quien era el dueño del dominio para solicitar la renovación del mismo.**



## Creación de la aplicación Google My Business



## Actualización e ingreso de información del Google My Business



Cerca de 35,400,000 resultados (0.49 segundos)

Fundación Artes Muy Especiales - Inicio | Facebook

<https://es-la.facebook.com/> > Páginas > Empresas > Organización sin fines de lucro

Fundación Artes Muy Especiales. 3.8 mil Me gusta. Artes Muy Especiales "transformando la vida a través de las artes"

Artes muy especiales - Alianza Francesa

<https://alianzafrancesa.org.gt/evento/artes-muy-especiales/>

Presentación del programa de la Fundación "Artes muy especiales". La Fundación "Artes muy especiales" es una organización no lucrativa que enriquece la ...

Imágenes de artes muy especiales



→ Más imágenes de artes muy especiales

Notificar imágenes

Videos



CHISPA CHAPINA  
CON FUNDACIÓN  
ARTES MUY  
ESPECIALES

Fundación Artes muy  
especiales

Nos visitaron de la  
Fundación Artes Muy  
Especiales



Artes Muy Especiales

Cómo llegar Guardar

5.0 ★★★★★ comentario de Google

Oficinas de empresa

Dirección: Guatemala

Teléfono: 4188 0055

Sugerir una edición: ¿Eres propietario de esta empresa?

Agregar la información que falta

Agregar el horario de atención

Agregar sitio web

¿Conoces este lugar? Responde unas preguntas rápidas

Preguntas y respuestas

Sé el primero en hacer una pregunta

Hacer una pregunta

Enviar al teléfono

Enviar

## Google My business creado y ya entregado por Google.com

## Creación de Google Maps y Search de Google



**Integrantes de la fundación Artes Muy Especiales**