

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



**“Fortalecimiento de la Comunicación Interna y externa en La Asociación Los
Patojos Sueños e Ideas en Acción”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

LAURA ELVIRA SAJCHÉ

201400761

Previo a optar el título de:

LICENCIADA 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 Trijillo

Representantes Estudiantiles:

Gabriela Eugenia Menegazzo

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representante de Egresados:

M.A Johnny 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, 26 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

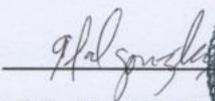
Estimado Maestro Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que el(a) estudiante(a) epesista "**Laura Elvira Sajché**" con número de carné: "**201400761**" de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, realizó el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en "**Relaciones Públicas**" cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **13 de Mayo al 19 de Julio** del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto comunicacional: "**Fortalecimiento de la Comunicación Interna y externa en la Asociación Los Patojos, Sueños e Ideas en Acción**" entregando el material respectivo y debidamente recibido por: "**Asociación Los Patojos**"

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del (la) 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


Alfredo Rafael González Fuentes
Coordinador





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



Guatemala, 14 de octubre de 2019

Estudiante
Laura Elvira Sajché
Carné: 201400761
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: **"FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA EN LA ASOCIACIÓN LOS PATOJOS SUEÑOS E IDEAS EN ACCIÓN."** El citado trabajo llena los requisitos del rigor del presente programa, por lo cual se emite **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

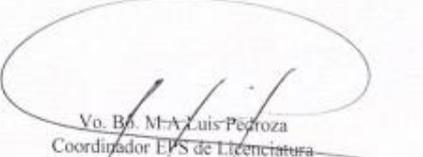
Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y distribución digital del informe final del EPS de Licenciatura en 5 CD's con el documento en PDF los cuales deberá entregar en las instancias correspondientes para su archivo y publicación.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Licda. Krista Ramirez
Supervisor EPS de Licenciatura




Vo. Bo. M-A Luis Pedroza
Coordinador EPS de Licenciatura

Para efectos legales, únicamente la autora es responsable del contenido de este trabajo

DEDICATORIA

- A DIOS:** Por la vida y todas sus bendiciones en todos los ámbitos; por la sabiduría para culminar esta etapa.
- A MI MADRE:** Por ser una mujer excepcional, por apoyarnos en cada momento y por ayudarme a construir día con día la persona que soy ahora.
- A MI HERMANO:** Por contar con su apoyo en cada momento, es un honor ser su hermano y tener en quién confiar incondicionalmente.
- A MI FAMILIA:** Por contar con ellos desde siempre, son mi motivación para seguir adelante.

AGRADECIMIENTOS

A la **Universidad de San Carlos de Guatemala**, mi casa de estudio.

A la **Escuela de Ciencias de la Comunicación**, a todos los catedráticos que nos compartieron sus conocimientos

A la **Licda. Krista**, por brindarnos su apoyo y asesoría en nuestro EPSL.

A **Dilan Jaír**, por su apoyo incondicional, muchas gracias por siempre estar allí.

A la **Asociación Los Patojos**, por abrirme sus puertas y darme la confianza para realizar mi EPSL

A **Rafael González**, por darme el espacio en la Asociación.

INDICE

RESUMEN	I
INTRODUCCIÓN.....	II
JUSTIFICACIÓN.....	III
CAPÍTULO I.....	1
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 – ASOCIACIÓN LOS PATOJOS	1
1.2.1. Ubicación Geográfica.....	1
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas.....	2
1.2.3. Antecedentes (Fuentes, 2016).....	2
1.2.4. Proyectos	4
1.2.5. Misión.....	5
1.2.6. Visión.....	5
1.2.7. Objetivos Institucionales	5
1.2.8. Público Objetivo	5
1.2.9. Organigrama	6
1.3. METODOLOGÍA.....	7
1.3.1. Descripción del Método.....	7
1.3.2. Enfoque de la Investigación	7
1.3.3. Técnicas e Instrumentos de Recolección.....	7
1.3.3.1 Observación	7
1.3.3.2. Entrevistas cualitativa semiestructurada.....	8

1.3.4. Cronograma del Diagnóstico	9
1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS	10
1.4.1. Resultados de la Observación.....	10
1.4.2. Ficha de las Entrevistas	12
1.4.3. Resultado de las Entrevistas	13
1.4.4 Tablas Comparativas, Punto de Encuentros y Disensos de Entrevistas	15
1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN	16
1.5.1 Fortalezas.....	16
1.5.2. Oportunidades.....	17
1.5.3. Debilidades	17
1.5.4. Amenazas.....	17
CAPÍTULO II.....	18
2. PLAN DE COMUNICACIÓN	18
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES.....	18
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN	18
2.2.1. Objetivo General.....	18
2.2.2. Objetivos Específicos	19
2.3. PÚBLICO OBJETIVO	19
2.4. MENSAJE	19
2.5. ESTRATEGIAS.....	20
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN	21
CAPÍTULO III	26
3. INFORME DE EJECUCIÓN.....	26
3.1. PROYECTO DESARROLLADO.....	26
3.1.1. Financiamiento	27
3.1.2. Presupuesto.....	27

3.1.3. Beneficiarios.....	29
3.1.4. Recursos Humanos	29
3.1.5. Áreas Geográficas de Acción	29
3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS	30
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	37
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO	38
CONCLUSIONES	39
RECOMENDACIONES	41
GLOSARIO DE TÉRMINOS	42
BIBLIOGRAFÍAS	43
E GRAFÍAS.....	44
ANEXOS.....	45

RESUMEN

Nombre de la Institución:

Asociación Los Patojos “Sueños e Ideas en Acción”

Nombre del Proyecto: “Fortalecimiento de la Comunicación Interna y externa en La Asociación Los Patojos Sueños e Ideas en Acción”

Objetivos:

General: Fortalecer la comunicación interna y externa en la Asociación Los Patojos “Sueños e Ideas en Acción”

Específicos:

- Elaborar un manual de identidad corporativa para reforzar la comunicación interna
- Reforzar el material informativo impreso para la difusión de información sobre los proyectos y servicios que ofrecen Los Patojos

Sinopsis: Se realizó un plan de comunicación para fortalecer a través de dos estrategias con sus respectivas acciones, la comunicación interna y externa, por medio de la creación de una imagen corporativa que quedó plasmado en papelería corporativa para su uso, asimismo reforzar el proceso de transmitir información mediante afiches, desde una cartelera ubicada en un lugar estratégico, con el objetivo de mantener informados al grupo objetivo.

INTRODUCCIÓN

En el presente informe comunicacional se describe, a través de un diagnóstico, la situación comunicacional de la Asociación Los Patojos a nivel interno y externo.

El diagnóstico está conformado por un análisis sobre la comunicación a nivel interno y externo que manejan, esta institución por romper con los esquemas tradicionales, no cuenta con los espacios oficiales que una institución debe tener, en este caso, un departamento de comunicación, por la misma razón este diagnóstico fue inclinado en hacer un estudio de los medios que utilizan para comunicarse internamente y externamente.

El método utilizado fue el método científico con enfoque cualitativo, la información se recolectó a través de la observación no estructurada, recopilación de material informativo, entrevistas a encargados de los programas que llevan a cabo en la Asociación, así mismo de entrevistas al fundador y coordinador de la Asociación para analizar su perspectiva del uso de los medios de comunicación para dar a conocer los proyectos en pro a la comunidad, juventud y niñez del municipio de Jocotenango.

Asimismo, se establece, a través de un plan, las estrategias con sus respectivas acciones para resolver los problemas comunicacionales detectados en el diagnóstico en la Asociación Los Patojos.

Su importancia radica en tener una serie de pasos para alcanzar un fin, por lo que está conformado de antemano, por una recopilación previa de información sobre lo que se ha realizado para fortalecer la comunicación interna y externa, sus pros y contras. Asimismo se establecen los objetivos para tener una idea clara de lo que se quiere lograr para fortalecer la comunicación de la Asociación.

De igual forma, las estrategias con sus respectivas acciones van dirigidas a un público objetivo, el cual se estableció en base a dos niveles, interno y externo para que este plan sea dirigido y delimitado hacia el destinatario indicado.

JUSTIFICACIÓN

La comunicación es un acto puramente humano que le permite a este ser racional y emocional, utilizarla para comunicarse. Es una acción consciente e imprescindible de intercambiar información entre dos o más personas con el fin de emitir o recibir información, ideas, compartir sentimientos, opiniones, etc. a través de un canal y compartiendo un código para su comprensión.

Desde mucho tiempo atrás los seres humanos han buscado desarrollar su comunicación. Este proceso inició a través de algunos sonidos y gestos que contribuía a su sobrevivencia, poco a poco fue evolucionando, fue un proceso largo y complejo, pero necesario, con el pasar del tiempo se fue desarrollando cada vez más, contribuyendo también a la evolución de la interacción humana.

Cada vez que conversamos con una persona, sea frente a frente, a través de un aparato electrónico, de cartas, etc. se genera un tipo de comunicación, verbal, no verbal o escrita. A través de este acto, el ser humano puede intercambiar información, iniciar una conversación y más importante, mantenerla, ya que ambos actores, el emisor y receptor pueden ser parte de este proceso.

La comunicación se encuentra latente en nuestro día a día, todo comunica, hay signos naturales o artificiales que nos transmiten un mensaje, desde una luz roja en la puerta de una casa, una señal de tránsito o el cielo nublado.

“La comunicación es hoy esencial. Si bien es esta ya casi una idea universalmente aceptada, no es tan universal la reflexión sobre lo que realmente significa. Pues la comunicación no es tan importante por sí misma, sino por las consecuencias que tiene. Efectivamente, la comunicación de las instituciones tiene consecuencias en la salud de las personas, en la belleza de los parques, en la seguridad de las calles, en la calidad de los transportes, en la protección del medio ambiente, en la paz.” (Canel, 2010, p.19).

He allí también su importancia, la cual radica en que, si todo comunica, es necesario manejar una adecuada comunicación interna y externamente, en el plano institucional, organizacional, etc.

Como epesista profesional de la carrera de Licenciatura en Ciencias de la comunicación, es importante aplicar los conocimientos adquiridos en esta formación profesional para mejorar el proceso comunicacional, en este caso, de la Asociación Los Patojos, que a través de un diagnóstico, identificar las debilidades y amenazas para reforzar la comunicación.

“La comunicación no hay que entenderla únicamente como el soporte que sustenta las distintas actividades de la organización; la comunicación es un recurso, un activo que hay que gestionar.” (Vértice, S.f., p.1)

Por eso la importancia de realizar el Ejercicio Profesional Supervisado, que el estudiante pueda experimentar la realidad social, llevar a la práctica los conocimientos adquiridos y afirmar ese lazo a su área profesional, para saber cómo gestionarla.

Ese contacto con la realidad también es necesario para hacer conciencia de el campo de acción al que se enfrentará en tamaño escala, diagnosticar problemas comunicacionales, tener la capacidad de detectarlos y de interpretarlos para proponer soluciones viables, y esa confianza para desempeñar esta profesión se adquiere en la práctica.

“Cuando la comunicación es eficaz, tiende a alentar un mejor desempeño y promueve la satisfacción en el trabajo. Los empleados conocen mejor su función en el trabajo y se sienten más comprometidos con él.” (Vértice, S.f., p.7)

Otro factor relevante es que la comunicación a nivel institucional inicia desde adentro, realizar el EPS será de gran valor en cuanto a la información que se pueda recabar para comprender la necesidad de gestionar de manera adecuada este recurso para proyectarla externamente de la misma forma.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO

1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.1.1. Objetivo General

Realizar un diagnóstico comunicacional del proceso en el que se encuentra la comunicación interna y externa en la Asociación Los Patojos, para determinar problemas comunicacionales.

1.1.2. Objetivos Específicos

- Evaluar los canales de comunicación internos que actualmente utilizan y su función
- Analizar el uso de medios de comunicación utilizados para la comunicación externa
- Realizar un análisis con la información recabada que permita identificar las amenazas y debilidades comunicacionales que deben ser asistidas a través de un plan de comunicación

1.2. LA INSTITUCIÓN – ASOCIACIÓN LOS PATOJOS

1.2.1. Ubicación Geográfica

Los Patojos está ubicado en el municipio de Jocotenango del departamento de Sacatepéquez, con una extensión de 9kms cuadrados y una población aproximada de 45,000 habitantes

Dirección: Colonia el Nance No.28, Jocotenango, Sacatepéquez

1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas

- Just World International se convierte en el primer socio oficial desde el año 2008 a través de su directora ejecutiva y fundadora Jessica Newman, guiada por el jinete olímpico guatemalteco Juan Andrés Rodríguez.
- Give Kids a Chance Foundation, se convierte en el segundo socio desde el año 2010, ambas instituciones son los únicos socios y patrocinadores oficiales del proyecto.
- Public Consulting Group es un tercer socio que contribuye al desarrollo de la Asociación apoyando a los proyectos que se llevan a cabo para el desarrollo sostenible de los jóvenes y niños.
- Socios guatemaltecos como un cuarto socio, todos los guatemaltecos que comparten sus conocimientos a través de talleres, conferencias y actividades para compartir cultura, arte y conocimientos.

1.2.3. Antecedentes (Fuentes, 2016).

Se funda el 8 de septiembre del año 2006 como una propuesta socio – educativa local e independiente por iniciativa de Juan Pablo Romero Fuentes, un joven jocoteco quien a sus 23 años de edad y a través de una lectura sensible de su contexto, decide involucrarse activamente en la recuperación de su comunidad.

Los patojos surge con la finalidad de ser parte responsable y efectiva en la solución de las problemáticas del municipio y la dignificación humana, enfocando sus esfuerzos en la niñez y juventud de la comunidad y a través de la educación alternativa y el arte como herramientas metodológicas en el inicio de este.

La sede de los patojos desde el primer hasta el octavo año de trabajo fue la casa de familia de Juan Pablo Romero Fuentes, la cual fue cedida como espacio comunitario por

sus padres Magno Rudy Romero Arévalo y María Concepción Fuentes, quienes desde un inicio creyeron y apoyaron el proyecto.

Desde su inicio Los Patojos de ha enfocado en no reproducir dinámicas de victimización y asistencialismo muy comunes en las plataformas ONG'S tradicionales de Guatemala. Esto se ha traducido en una cooperación económica no impositiva con sus dos socios internacionales Just World International y Give Kids a Chance.

Si bien el motor de arranque de los patojos es la educación alternativa y el arte, la integridad del proceso y la realidad del contexto ha requerido la gestión de otros espacios que aportan a la dignificación humana de las y los participantes, en este sentido el proyecto le ha apostado tanto a la seguridad alimentaria como a la salud preventiva a través de un comedor y una clínica comunitaria.

Para lograr este proceso auténtico y comprometido, Los Patojos cuenta con un equipo de trabajo joven, multidisciplinario y creativo, desde la dirigencia, pasando por los educadores y el equipo operativo, con las capacidades sensibles e intelectuales necesarias para desarrollar este esfuerzo de dignidad, amor, alegría y solidaridad.

La metodología patojiana es el resultado de varios procesos de experimentación responsable entre diversas corrientes pedagógicas y metodológicas, como la educación popular, la educación alternativa y la educación tradicional. Este recorrido ha convertido dicha metodología en un movimiento social (El Patojismo) reconocido nacional e internacionalmente como una filosofía de vida y una corriente pedagógica.

Los Patojos sin complejo y sin miedo ha ido conquistando y aunando diversos procesos sociales que se evidencian actualmente en una nueva sede (La Casa del Patojismo), en un proceso de oficialización del sistema educativo patojiano (Centro socioeducativo Lic. Magno Rudy Romero Arévalo), en una plataforma artístico-cultural juvenil (Instituto de Acción Cultural Paulo Freire), un espacio de capacitación técnico-empresarial que fomente las economías locales (Panadería y repostería, cocina, diseño y confección, y diversos talleres y espacios de formación técnico-académica que plantean soluciones a las problemáticas sociales).

Son 13 años de trabajo con la misión de educar, son 13 años de servicio con la estrategia de activar los sueños y las ideas, actualmente se vislumbran diversos proyectos que con el esfuerzo y la cooperación necesaria pueden posicionar a Los Patojos como un modelo de organización comunitaria con una Universidad propia y una economía autónoma.

1.2.4. Proyectos

- Educación: Experimentación pedagógica a través del arte, la educación popular, alternativa y lúdica.
- Oficialización de los servicios como proyectos con estructuras planificadas y programas desarrollados al servicio de la comunidad.
- Proyecto de seguridad alimentaria y nutrición, que ofrece alimentación balanceada y nutritiva para mantener sanos a los jóvenes y niños, ya que sin buena alimentación no rinden en otras actividades.
- Capacitación técnica y empresarial a nivel de las juventudes patojianas, preparándose para ser parte responsable y profesional de la sociedad guatemalteca en áreas de trabajo, empleo, autogestión para sus propias empresas y el fortalecimiento del desarrollo socio económico del municipio, el país y la región.
- Emprendimiento y juventud, ofrecer la oportunidad a las juventudes patojianas a conocer el proceso de emprender negocios sustentables y darles la oportunidad de llevarlos a cabo
- Huerto Escolar, tiene como fin educar sobre la importancia del cuidado de la tierra

Los Patojos ofrece las plataformas de artes gráficas, música, malabarismo, fotografía, pintura, moralismo, literatura, tecnología, social media, breakdance, cocina, agricultura, emprendimiento, tradiciones e identidad, activismo social, voluntariado, fútbol, boxeo, atletismo, creatividad, inglés, ajedrez, barrilete, marimba y formación social.

En proceso se encuentran rap, radio escolar y periodismo. Elementos que fortalecen su especialidad: educación, nutrición y salud.

1.2.5. Misión

El Patojismo, es un sueño y una idea en acción, un foco de luz y esperanza, un espacio abierto para la comunidad donde la creatividad y la libertad son lo más importante, la cantera de la democracia guatemalteca, un lugar para fortalecer las mentes y crecer, un lugar con mucha expresión para compartir lo que somos, un lugar de orgullo, un lugar de exploración y crecimiento personal que promueve seguridad y cambios integrales positivos, un espacio distinto para distintas realidades, una escuela diferente para los niños y niñas, para la gente de Guatemala.

1.2.6. Visión

Construir espacios seguros para que la niñez y juventud tenga acceso a ejercer su derecho a la educación, salud, alimentación, arte y desarrollo integral.

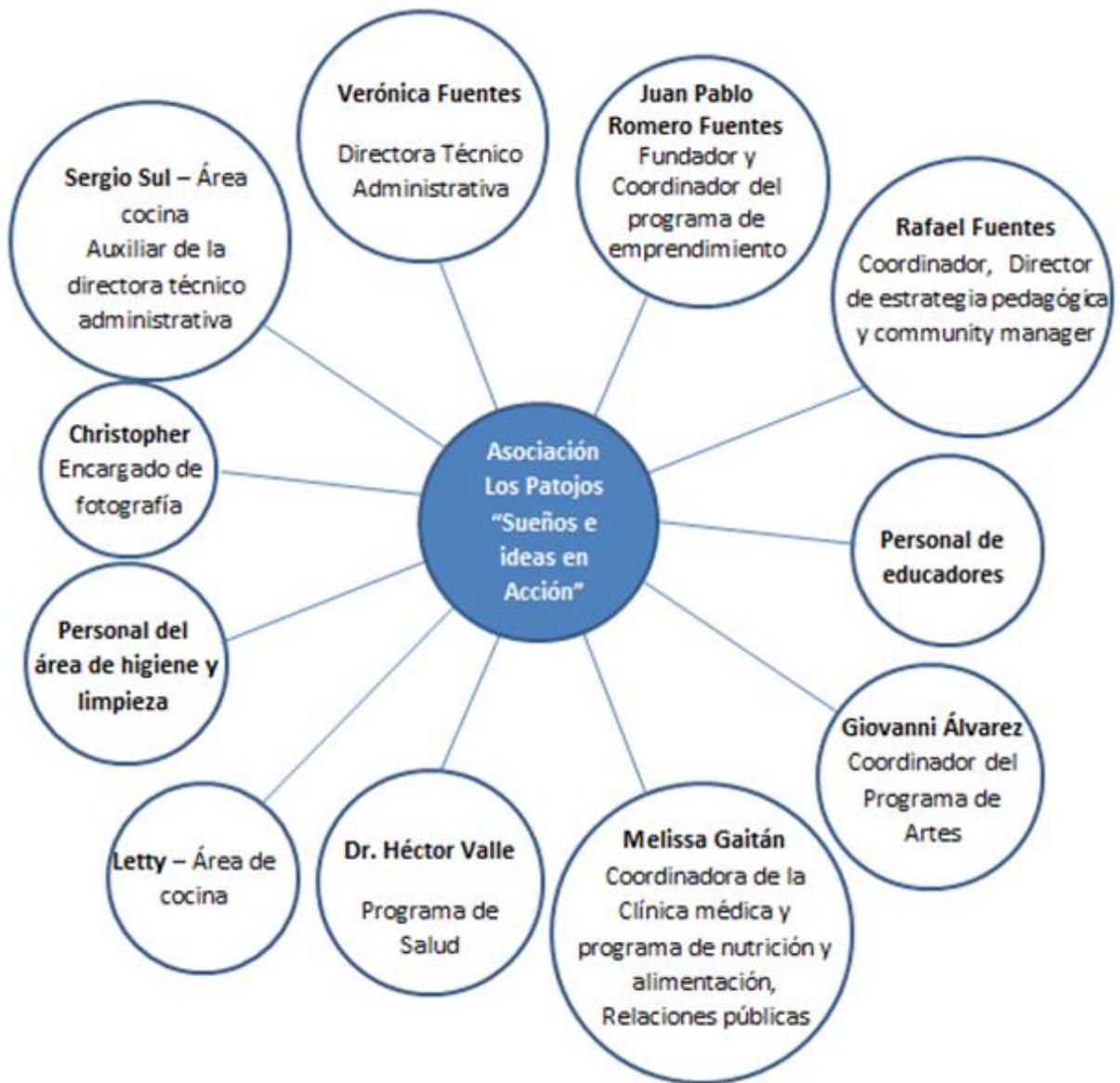
1.2.7. Objetivos Institucionales

Vivir con dignidad, alegría, amor y solidaridad

1.2.8. Público Objetivo

No existe ningún tipo de características condicionante hacia la niñez o juventud para poder participar en sus programas. Se centra en las personas a nivel integral, partiendo de sus estados internos y sentires, y no desde la capacidad material o económica de donde provenga.

1.2.9. Organigrama



Fuente: Elaborado por Laura, epesista

1.3. METODOLOGÍA

1.3.1. Descripción del Método

Para realizar este diagnóstico y determinar los problemas comunicacionales es indispensable contar con un procedimiento para recabar la información necesaria. Por lo que se utilizará el método científico que consiste en una guía para alcanzar un fin. “Procedimiento lógico de considerar la realidad, que permite obtener, en forma ordenada y sistemática, verdades objetivamente válidas acerca del universo” (Piloña, 2011, p.41).

1.3.2. Enfoque de la Investigación

El fin de esta investigación es dar una descripción acerca de la situación actual de la comunicación que se maneja en la Asociación Los Patojos, por lo que el enfoque que se le dará a esta investigación es cualitativo que consiste en recolectar datos que se interpretan a partir de sus cualidades. El enfoque cualitativo se basa más en la aplicación del método inductivo, que va de lo particular a lo general. “La investigación cualitativa se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto” (Sampieri, Collado, Lucio, 2014, p.358).

El fin es profundizar y tomar en cuenta los puntos de vista de cada persona que forma parte de Los Patojos sobre la comunicación que se maneja internamente como externamente.

1.3.3. Técnicas e Instrumentos de Recolección

1.3.3.1 Observación

Es la observación con mayor grado de flexibilidad y apertura a todo lo que acontece. “No es mera contemplación, implica adentrarnos profundamente en situaciones sociales mantener un papel activo, así como una reflexión permanente. Estar atento a los detalles, sucesos, eventos e interacciones” (Sampieri, Collado, Lucio, 2014, p.399).

A través de esta técnica se aplicará atentamente los sentidos para recopilar información sobre varios aspectos, como el espacio físico, el ambiente laboral de la Asociación.

1.3.3.2. Entrevistas cualitativa semiestructurada

La entrevista cualitativa es más flexible y abierta. La entrevista “Es un proceso por medio del cual dos o más personas entran en estrecha relación verbal, con el objeto de obtener información fidedigna y confiable sobre todo o algún aspecto del fenómeno que se estudia.” (Piloña, 2011, p.82).

La entrevista cualitativa “Es buena medida anecdótica y tiene un carácter más amistoso... Las preguntas son abierta y neutrales, ya que pretenden obtener perspectivas, experiencias y opiniones detalladas de las participantes en su propio lenguaje.” (Sampieri, Collado, Lucio, 2014, p.403, 404).

En esta investigación se utilizará el tipo de entrevista semiestructurada, las cuales “Se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información.” (Sampieri, Collado, Lucio, 2014, p.403).

A través de esta técnica se aplicará la comunicación interpersonal para recopilar información necesaria sobre la comunicación que se maneja internamente, si es o no efectiva, o se puede mejorar; sobre los medios que utilizan para comunicar los proyectos entre el equipo de la Asociación.

Esta técnica está dirigida hacia el fundador de Los Patojos, al coordinador y a los encargados de cada programa, para obtener información desde varias perspectivas, pero siempre de fuente primaria.

1.3.4. Cronograma del Diagnóstico

ACTIVIDADES	Tiempo de duración												
	ENERO						FEBRERO						
	21	22	24	25	28	29	1	4	6	8	10	11	12
Buscando lugar de prácticas	■												
Contactar a la Asociación		■											
Primera Reunión con Rafael Fuentes – Coordinador			■										
Entrega de Formulario a autoridades de EPSL				■									
Presentación del cronograma de EPSL a Coordinador					■								
Entrega de la Carta de Solicitud de prácticas						■							
Redacción de objetivos y limitación de metodologías							■						
Observación no estructurada y recopilación de material informativo							■						
Redacción de entrevistas							■						
Entrevista con Fundador y Coordinador								■					
Entrevista a coordinadores de programas									■				
Transcripción de entrevistas									■	■			
Estructuración de la primera fase: Diagnóstico										■	■	■	
Entrega de Diagnóstico													■

Fuente: Cuadro hecho por Laura, Epesista

1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

1.4.1. Resultados de la Observación

<p>Fecha: febrero 2019</p> <p>Lugar: Asociación Los Patojos</p> <p>Observador: Epesista Laura Sajché</p> <p>Hora de inicio: 12pm Hora de terminación: 3pm</p>
--

<p>Asociación Los Patojos</p>	<p>Construcción grande de color rojo</p> <p>La entrada tiene escrita en la parte superior un mensaje “Nada más hermoso que hacer comunidad con amor, honor y dignidad. Aquí construimos un nuevo mundo, el de los sueños e ideas en acción.”</p> <p>Se encuentran hojas tamaño carta pegadas en la puerta principal con información escrita a mano con marcador.</p>
<p>Ambientes físicos</p>	<p>Al entrar se aprecian los logos de los socios en madera, poco legibles.</p> <p>Cuentan con: La oficina principal</p> <p>Un patio principal</p> <p>Una cocina amplia con equipo de panadería y repostería</p> <p>Un auditorio</p> <p>Un segundo patio, más pequeño</p> <p>Sanitarios</p> <p>Clínica médica</p> <p>Una sala de juntas</p> <p>Una segunda oficina</p> <p>En una de las oficinas hay varios reconocimientos en las paredes</p>

<p style="text-align: center;">Murales</p>	<p>Las paredes se encuentran pintadas con una mezcla de colores cálidos y fríos, con figuras geométricas.</p> <p>Se pueden observar murales sobre temas como contaminación ambiental, el medio ambiente. El mural “Una pequeña lección de vuelo” cuenta la historia de la creación y fundación del proyecto y muestra algunos elementos del municipio.</p>
<p style="text-align: center;">Identificación de ambientes, señalizaciones</p>	<p>Las aulas están identificadas con nombres como esponjas, semillas, meteoritos, entre otros. Algunos espacios físicos se encuentran identificadas y otras no.</p> <p>Hay señales de salida de emergencia, de no entrar, solo personal autorizado, ubicados en lugares no tan visibles. En el patio principal se observa nuevamente los logos de los socios impresos en papel y se pueden observar en varias aulas, pintadas</p>
<p style="text-align: center;">Ambiente social</p>	<p>La asociación es asistida por niños por las mañanas y jóvenes por las tardes.</p> <p>Los encargados de los programas son personas, en su mayoría jóvenes adultos.</p> <p>Manejan una comunicación horizontal.</p> <p>Todos son líderes, cada uno aporta algo a las actividades.</p> <p>El equipo del patojismo interactúa individualmente en sus áreas, realizando bitácoras, llevando a cabo sus actividades, y colectivamente en reuniones, círculos de confianza.</p>

<p style="text-align: center;">Participantes</p>	<p>Asisten voluntarios nacionales y extranjeros a dar talleres, clases o charlas sobre arte, pintura, periodismo, música, programación, entre muchas otras.</p> <p>Los socios son extranjeros y guatemaltecos. Las familias juegan un rol importante para que se lleven a cabo los programas.</p>
<p style="text-align: center;">Vestimenta</p>	<p>Algunas mujeres del equipo se pueden identificar con una gabacha con su nombre. Otras con playeras o camisas de Los Patojos, de diferentes colores, no con un diseño en específico y otros de particular.</p>

1.4.2. Ficha de las Entrevistas

Objetivo: Entrevistar a los encargados de los diferentes programas dentro de la Asociación para conocer a grandes rasgos qué realizan en su área de trabajo, cómo es la comunicación interna e interpersonal con los otros encargados, así mismo para especificar qué tipo de comunicación manejan.

- Entrevista 1

Nombre: Juan Pablo Romero Fuentes

Cargo: Fundador y coordinador del programa de emprendimiento y juventud

Fecha: 4 de febrero

Duración: 12 minutos

- Entrevista 2

Nombre: Rafael González Fuentes

Cargo: Coordinador de la Asociación Los Patojos y Director de estrategia pedagógica

Fecha: 4 de febrero

Duración: 5 minutos

- Entrevista 3

Nombre: Melissa Graciela Miranda Gaitán

Cargo: Coordinadora de la clínica médica y el programa de nutrición y alimentación / Relaciones públicas

Fecha: 6 de febrero

Duración: 6 minutos

- Entrevista 4

Nombre: Giovanni Álvarez

Cargo: Encargado del programa de Artes – Centro Cultural Give Kids a Chance

Fecha: 6 de febrero

Duración: 6 minutos

- Entrevista 5

Nombre: Sergio Enrique Sul Farfán

Cargo: Auxiliar de la directora Técnica administrativa

Fecha: 6 de febrero

Duración: 7 minutos

1.4.3. Resultado de las Entrevistas

A través de las entrevistas que fueron realizadas a cada coordinador de los programas que ejecutan en la Asociación se llegó a los siguientes resultados:

No existe un departamento de comunicación como tal, más sin embargo hay tres personas que además de ser encargadas de sus áreas de trabajo, desempeñan el rol de community manager, y de relacionista pública. Por ser una institución diferente, no cuentan con los espacios que una institución formal tendría ya que todos son

multitasking, que significa en que llevan a cabo varias tareas a la vez. Por la misma razón, se han preocupado más por el desarrollo de la comunicación interna, que han descuidado externamente algunos canales de comunicación, el de imagen corporativa es una de las principales a las que no les han prestado atención como debiere.

Los canales que utilizan para comunicación externa son las redes sociales básicamente, faceook, twitter e instagram, los tres que se mantienen actualizados, en el caso de la página web no lo está ya que no cuentan con suficiente personal para que se enfoque en estos medios.

Internamente, la comunicación que manejan es regular ya que por los diferentes roles que desempeñan los del equipo del Patojismo, en ocasiones se pierde la comunicación o se malinterpreta. Los canales que utilizan para comunicarse son grupos de whatsapp y correo electrónico. La información se interpersonal, no cuentan con material informativo que plasme información relevante sobre los proyectos.

Para informarse sobre los diferentes proyectos que se llevan a cabo, el equipo del Patojismo realiza varias actividades que fomentan la comunicación interpersonal, tales como bitácoras, que funcionan hasta el final del día, donde cuentan qué realizaron, resultados que esperan de sus actividades, lo que no se tenía planificado y tenían que realizar.

No cuentan con una identidad corporativa que comunique la imagen que ellos buscan transmitir y para reflejar profesionalismo, asimismo sigue posicionado como Los Patojos, en lugar de El Patojismo como metodología y movimiento social.

Han tenido incidencia en medios de comunicación tradicionales como la televisión, reportajes para espacios informativos como Soy 502 Guatemala, conferencias a nivel internacional, reconocimientos internacionales como CNN Heroes, entre otros, es por esa razón que uno de los problemas más evidentes es construir una identidad corporativa sólida.

1.4.4 Tablas Comparativas, Punto de Encuentros y Disensos de Entrevistas

Preguntas	Puntos de encuentro	Puntos de disensión
2. ¿De qué forma comunica información importante de su área de trabajo?	Comunicación Interpersonal, no cuentan con material informativo impreso y a través de grupos de whatsapp y correo electrónico	
3. ¿Cuentan con actividades que fomenten la comunicación interpersonal dentro de la Asociación?	Realizan círculos de confianza, bitácoras, encerrón, el cual consiste en reunirse desde la mañana hasta la tarde, reuniones semanales y mensuales.	
4. A su criterio ¿Cómo es la comunicación con los otros departamentos, buena, mala, regular, se puede mejorar?	Se puede mejorar para que no se desvíe o mal interprete la información	Es buena, se trata la manera de que haya siempre buena comunicación
5. ¿Conocen las redes sociales que maneja la Asociación?	Sí, Facebook, twitter e instagram	
6. ¿Está enterada de los proyectos que se han realizado y los próximos a llevar a cabo dentro de la asociación?	Sí, estamos al tanto de los proyectos	De la mayoría sí, pero de algunos no

<p>7. Comunicacionalmente ¿Qué problemática considera que merece mayor atención?</p>	<p>Identidad corporativa, Que las personas se informen de los proyectos y sus progresos</p>	
<p>8. ¿Cuentan con un departamento de comunicación?</p>	<p>Sí, pero deficiente, no cuentan con un espacio físico para ese departamento Por no tener recursos, no cuentan con personal suficiente</p>	
<p>9. ¿Considera importante contar o reforzar el departamento de comunicación? ¿Por qué?</p>	<p>Sí, es necesario para que la información se concentre en un punto y pueda ser compartida internamente y externamente</p>	<p>No, porque eso significa utilizar espacio que podría ser invertido en algo que beneficie a los jóvenes y niños</p>

1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN

1.5.1 Fortalezas

- Mantienen activas sus redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram)
- Comunican a través de las redes sociales sus proyectos y programas en beneficio a la población del municipio de Jocotenango
- Cada tres meses se reúnen con los socios para informar sobre los avances del proyecto

1.5.2. Oportunidades

- A través de la creación de la identidad reforzando el concepto, mejoraría su imagen
- Por medio de una buena estrategia comunicacional se puede divulgar con efectividad los proyectos que realizan
- Existe gran iniciativa para mejorar la comunicación
- Reconocimiento internacional que favorece el apoyo, a través de charlas, conferencias
- Cuentan con jóvenes con iniciativa para fortalecer la comunicación de la identidad corporativa

1.5.3. Debilidades

- No cuentan con material informativo sobre las actividades a realizar para mantener al tanto al equipo
- La identidad corporativa varía en cuanto a concepto ya que son diferentes las personas que colaboran en su elaboración cada cierto tiempo
- No cuentan con personal que se dedique específicamente en el área de comunicación, parte del equipo se encarga, pero además tienen otras responsabilidades

1.5.4. Amenazas

- Coordinación deficiente en la comunicación de los proyectos que se realizan
- No contar con identidad corporativa estable
- No contar con un departamento de comunicación para fortalecer la comunicación interna y externa

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

Estudios previos también dieron como resultado la necesidad de crear una identidad corporativa, la necesidad de hacer tangible la marca. En 2017 se realizó una estrategia de comunicación visual interna para el fortalecimiento de la cultura organizacional, por parte de un estudiante para optar al título de Licenciado en Diseño Gráfico en la Universidad de San Carlos de Guatemala, el cual fue entregado en un informe final pero no hubo material impreso en cuanto a la creación de imagen corporativa, solo editables, los cuales no tuvieron seguimiento para su impresión.

Asimismo, se han realizado trabajos de diseño por diferentes personas que deseaban apoyar y hacer voluntariado, por la misma razón la línea gráfica varía, la composición, etc. no hay material estable.

Actualmente se trabaja en comunicación externa a través de redes sociales, son varios los administradores pero para que las publicaciones se rijan en una misma línea, hay un encargado. Hacen uso de Facebook, Twitter, Instagram, Web Site y Youtube, en ese mismo orden los mantienen más actualizados, Facebook como principal medio para difundir mensajes sobre la Asociación.

2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

2.2.1. Objetivo General

Fortalecer la comunicación interna y externa en la Asociación Los Patojos “Sueños e Ideas en Acción”

2.2.2. Objetivos Específicos

- Elaborar un manual de identidad corporativa para reforzar la comunicación interna
- Reforzar el material informativo impreso para la difusión de información sobre los proyectos y servicios que ofrecen Los Patojos

2.3. PÚBLICO OBJETIVO

- Interno: Equipo de Los Patojos, socios nacionales y extranjeros
- Externo: Beneficiarios, padres de familia de los jóvenes y niños que asisten al proyecto, voluntarios

2.4. MENSAJE

“Dar la mejor primera impresión”

A veces no hay segundas oportunidades, dar la mejor primera impresión en cuanto a identidad corporativa, es importante, porque es la manera en la que las personas se darán cuenta de la profesionalidad, seriedad y respeto que existe al dirigirse, no sólo entre los que conforman el equipo interno, sino entre un factor muy importante, entre los actores activos que juegan un papel primordial, el grupo objetivo externo y quienes forman una imagen mental de la Asociación luego de hacer contacto con ella a través de una manifestación física de la marca.

“Desde esta perspectiva comunicativa, se habla de la dimensión interna de la institución (Formada por los miembros), la intermedia (compuesta por personas físicas y jurídicas externas, pero con capacidad de influencia directa sobre la organización) y la externa, de la que forman parte aquellos interlocutores cuyo vínculo con la identidad es más vago, y de algún modo, prescindible.” (Costa, 1995)

La comunicación contribuye a fijar modos de hacer, a definir la identidad. Por esa razón, estas tres dimensiones es importante que estén conectadas, que proyecten desde cada dimensión una identidad corporativa unificada y real de la Asociación. Por esa razón es importante dar la mejor primera impresión, cuidando los factores

importantes para crear una imagen positiva y estable en la mente de las personas y que ese feedback sea igual de positivo.

“Como fruto exclusivo de la acción de las personas que las constituyen, las organizaciones son, ante todo, entes de significado, conjunto de ideas, valores y creencias. Su existencia no depende sólo de una ley que las legitima. Depende, también del acuerdo de voluntades libres, que comparten, a través de la comunicación, el objeto y los fines de un proyecto, el cual contribuye a su autorrealización y al desarrollo general. Una organización se legitima, en parte, gracias a la aceptación del resto de los ciudadanos, que les otorga ese reconocimiento.” (Sotelo, 2001)

Reconocimiento que cada día va aumentando al proyectar una buena imagen, que el grupo objetivo conecte valores, actitudes, personalidad, profesionalismo alrededor de la Asociación, dirigiéndose a ella con confianza y respeto.

2.5. ESTRATEGIAS

- Creación de la identidad corporativa

Como primera estrategia, se elaborará un manual de identidad, en la que se van a establecer las normas básicas para mantener una línea gráfica estable, el uso correcto del logo, la tipografía a utilizar, reglas básicas para que los futuros voluntarios puedan tener como base lo esencial para crear futuras propuestas gráficas. Lo importante es comunicar a través de una manifestación física, la esencia de El Patojismo. Manual que también será elaborado en base a información institucional recabada de miembros del equipo.

Posteriormente, el manual será de gran utilidad para la elaboración de la papelería corporativa, ya que estará basado en las normas establecidas. En colaboración con mi jefe inmediato, a quien se le presentará la propuesta y luego la entrega es a Melissa, la encargada de Relaciones Públicas para que tenga a su disposición el material, quien también será la encargada de brindarle a miembros del equipo cuando lo necesiten.

- Fortalecimiento de medios para informar al grupo objetivo interno y externo

Los medios impresos para informar al grupo objetivo interno e intermediarios son los más deficientes, por esa razón, estratégicamente, se instalará una cartelera informativa para cumplir con mayor efectividad la acción de informar, tanto al equipo de los patojos, voluntarios, familiares y visitantes. Estará posicionada en un lugar estratégico para su mayor visibilidad, el diseño será atractivo para captar la atención. Así mismo, se diseñarán afiches con información relevante sobre próximas actividades, proyectos, para mantener informados al grupo objetivo.

2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

- Estrategia 1: Creación de la Imagen Institucional

ACCIÓN 1	
A qué estrategia responde la acción	Creación de la imagen corporativa
Problema	Falta de imagen corporativa
Producto	Manual de identidad corporativa
Objetivo comunicacional	Reforzar la comunicación interna
Público Objetivo	Interno: Equipo de Los Patojos, socios nacionales y extranjeros
Medio de Difusión	Digital, un ejemplar, distribución a todos los que conforman el equipo de Los Patojos.

ACCIÓN 2	
A qué estrategia responde la acción	Creación de la imagen corporativa
Problema	Falta de imagen corporativa
Producto	Material impreso
Objetivo comunicacional	Reforzar la comunicación interna
Público Objetivo	Interno: Equipo de Los Patojos, socios nacionales y extranjeros
Medio de Difusión	<ul style="list-style-type: none"> <li style="text-align: center;">● Hojas membretadas Tiraje: 200 hojas con membrete Tamaño: carta Forma de distribución: al coordinador y Relaciones públicas <li style="text-align: center;">● Sobres con membrete Tiraje: 50 sobres con membrete Tamaño: carta Material: papel bond Forma de distribución: al coordinador y Relaciones públicas <li style="text-align: center;">● Tarjetas de presentación Tiraje: 300 ejemplares Tamaño: 3.5 in x 2in Material: Texcote C.12 Forma de distribución: Al coordinador, fundador, encargada de relaciones pública y auxiliar de Directora técnica <li style="text-align: center;">● Carpetas Tiraje: 25 ejemplares Tamaño: Carta (Doblado) Material: Texcote C. 12 Forma de distribución: al coordinador y Relaciones públicas

<p style="text-align: center;">Medio de Difusión</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Diplomas de agradecimiento Tiraje: 20 ejemplares Tamaño: carta Material: Opalina Forma de distribución: : al coordinador y Relaciones públicas ● Carnets Tiraje: 60 Tamaño: estándar Material: PVC Forma de distribución: al coordinador, equipo de Los Patojos ● Stickers Tiraje: 229 Tamaño: 3cm Material: Hojas adhesivas Forma de distribución: al coordinador ● Manta adhesiva para Bus Tiraje: 6 Tamaños: 2 de 232" x 31" 2 de 17" x 99" 1 de 85cms x 34cms 1 de 94cms x 36cms Forma de distribución: Diseño a Melissa Gaitán, relacionista pública
---	--

- Estrategia 2: Fortalecimiento de medios impresos para informar al grupo objetivo interno

ACCIÓN 1	
A qué estrategia responde la acción	Fortalecimiento de medios impresos para informar al grupo objetivo interno y externo
Problema	Información importante escritas a mano, sin ubicación precisa
Producto	Cartelera
Objetivo comunicacional	Reforzar el material informativo impreso para la difusión de información sobre los proyectos y servicios que ofrecen Los Patojos
Público Objetivo	Interno y externo
Medio de Difusión	Ubicación: Al exterior de la Asociación Material: acrílico Medidas: 50cm x 90cm Responsable: Coordinador Uso en la estrategia: se utilizará con la finalidad de difundir información actual y de interés, para potenciar el sentimiento de pertenencia y estimular la participación de quienes forman parte importante de la Asociación, los padres de familia.

ACCIÓN 2	
A qué estrategia responde la acción	Fortalecimiento de medios para informar al grupo objetivo interno y externo
Problema	Información importante sobre servicios que ofrecen, escritas a mano
Producto	Afiches informativos
Objetivo comunicacional	Reforzar el material informativo impreso para la difusión de los proyectos y servicios que ofrecen Los Patojos
Público Objetivo	Externo e interno
Medio de Difusión	Impreso, se utilizarán en carteleras

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

La ejecución del proyecto se llevó a cabo con éxito, no hubo contratiempos durante el proceso, se ejecutaron las estrategias con sus respectivas acciones, la comunicación con Rafael Fuentes, jefe inmediato, fue efectiva y asertiva, cuando se debían realizar modificaciones y cambios, estas se llevaron a cabo, posterior a que consultara con el equipo de trabajo de los Patojos. Así mismo, se trabajó en conjunto con Melissa Gaitán del área de Relaciones Públicas, para gestionar procesos de impresión, ya que ella contaba con los contactos y era la que asistía, en el caso de la impresión de la manta adhesiva del bus, directamente a la imprenta a verificar el proceso, de igual forma, ella contaba con la información de eventos importantes las cuales fueron plasmadas en afiches.

3.1. PROYECTO DESARROLLADO

En la Asociación los Patojos se llevó a cabo la ejecución del plan comunicacional con el fin de fortalecer la comunicación interna y externa. Este conllevó acciones que se basaron en sus respectivas estrategias para alcanzar los objetivos planteados con anterioridad en el plan comunicacional. Este proyecto se enfocó en fortalecer la imagen corporativa de la Asociación ya que en el diagnóstico se detectó la falta de la misma, por esa razón se elaboró un manual de identidad corporativa en el que se plasmaron las normas básicas sobre la identidad, el color, la tipografía, usos correctos, usos incorrectos y aplicaciones.

Posteriormente, se realizó la creación de la papelería corporativa, la cual cumple con la estrategia de creación de la imagen institucional y esta se basó en el manual. Así mismo, se solicitó la elaboración de una cartelera informativa para, como su nombre lo indica, mantener informado al equipo de los Patojos, a los voluntarios, al grupo objetivo externo e interno que asisten a la Asociación sobre los proyectos que se llevarán a cabo, normas internas, actividades, etc.

Como última acción que corresponde a la estrategia de fortalecimiento de medios para informar al grupo objetivo externo, se diseñaron afiches para informar al grupo objetivo externo e interno.

3.1.1. Financiamiento

Las actividades programadas para llevar a cabo las estrategias sí representan costo monetario en cuanto a la impresión del material corporativo, los afiches, los carnets, la elaboración de la cartelera e impresión de la manta adhesiva para el bus, al igual que los diseños de los mismos, costos que son financiados un 86.10% por la epesista Laura Elvira Sajché y el otro 13.90% por la Asociación Los Patojos.

3.1.2. Presupuesto

La Asociación Los Patojos tiene el apoyo de socios nacionales e internacionales, por eso cuenta con fondos dirigidos a impresiones full color, el cual no fue mencionado. Asimismo, la epesista Laura Elvira Sajché, cuenta con un presupuesto de Q1,500.00 dirigidos específicamente para la elaboración de la cartelera y elementos de la papelería corporativa, exceptuando los carnets, afiches, stickers y manta adhesiva del Bus.

CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	FINANCIADO POR
1	Asesoría comunicacional	Q13,000.00	Q13,000.00	Epesista
1	Servicio de Diseño de material impreso	Q2,650.00	Q2,650.00	Epesista
200	Hojas con membrete	Q0.75	Q150.00	Epesista
50	Sobres Carta	Q2.50	Q125.00	Epesista
50	Sobres Estándar	Q0.70	Q35.00	Epesista
300	Tarjetas de presentación	Q85.00	Q255.00	Epesista
20	Carpetas	Q7.50	Q60.00	Epesista
25	Diplomas de agradecimiento	Q3.00	Q75.00	Epesista
1	Cartelera	Q470.00	Q470.00	Epesista
10	Afiches	Q12.00	Q120	Asociación
6	Calcomanía para Bus	Q900.00	Q900.00	Asociación
60	Carnets	Q22.00	Q1,320.00	Asociación
300	Stickers	Q1.25	Q375.00	Asociación
	VALOR TOTAL	Q17, 154.70	Q19,535.00	

Fuente: Cuadro hecho por Laura, epesista

3.1.3. Beneficiarios

La Asociación Los Patojos como ente principal donde se ejecutará el plan comunicacional con sus respectivas estrategias, será la principal beneficiada por los aportes que se brindarán, los beneficiarios secundarios serán los estudiantes, el equipo de trabajo; grupo objetivo externo, quienes se ubican en los alrededores de la Asociación.

3.1.4. Recursos Humanos

- Fundador: Juan Pablo Romero Fuentes. Él es la persona que se encarga de representar nacional e internacionalmente a la Asociación Los Patojos
- Encargada de Relaciones Públicas: Melissa Gaitán. Se encarga de gestionar la búsqueda de fondos y se encarga de velar para que el equipo tenga a su disposición el material corporativo necesario.
- Coordinador: Rafael Fuentes. Jefe inmediato, intermediario con el equipo de Los Patojos, supervisor durante prácticas con quien se realizaban las reuniones para realizar revisiones de diseños del material.
- Dilan López: Colaborador para la toma de fotografías de los niños y jóvenes para la manta adhesiva del Bus

3.1.5. Áreas Geográficas de Acción

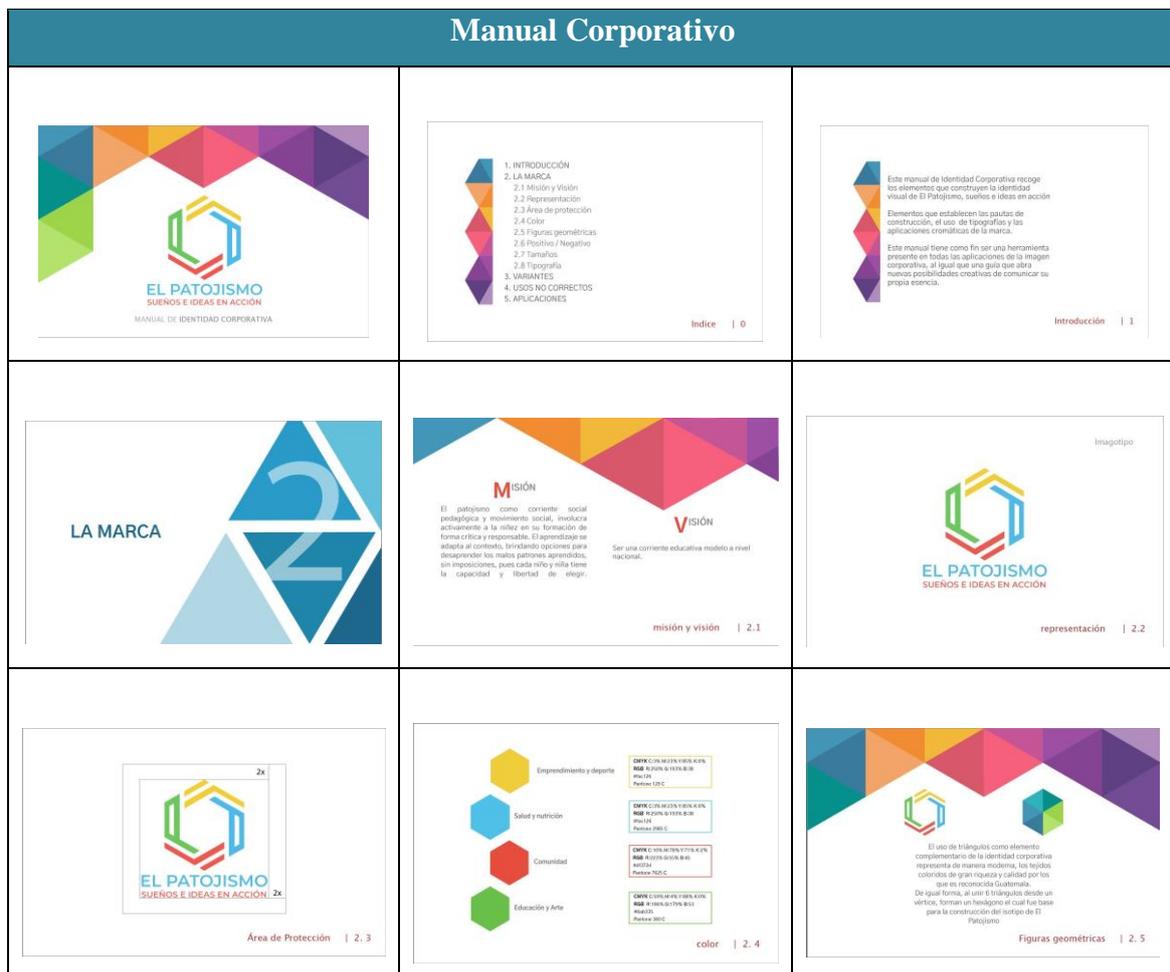
La estrategia se desarrollará en Colonia el Nance No.28, Jocotenango, Sacatepéquez, en donde se encuentran las instalaciones de la Asociación Los Patojos

3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

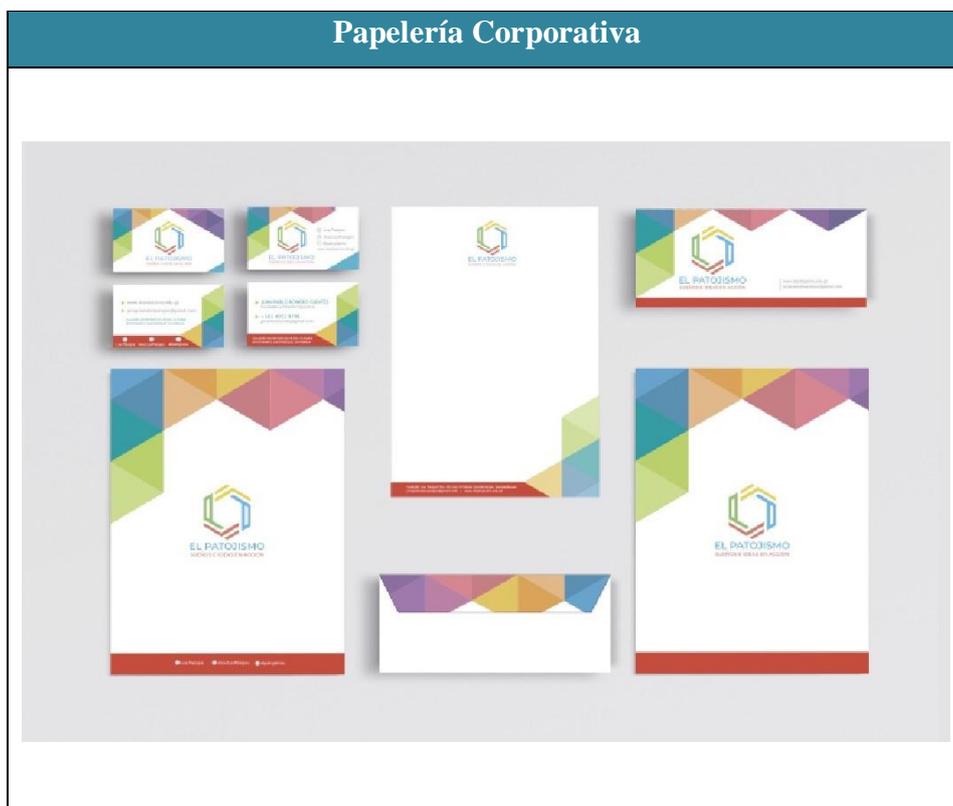
- **Estrategia 1:** Creación de la imagen institucional
 - **Acción 1:** Elaboración de un manual de identidad corporativa
 - Recabar información institucional



- Unificar la información en un manual corporativo digital
- Establecer lineamientos tipográficos, de color, tamaño, usos correctos e incorrectos, logo y ejemplos de aplicaciones

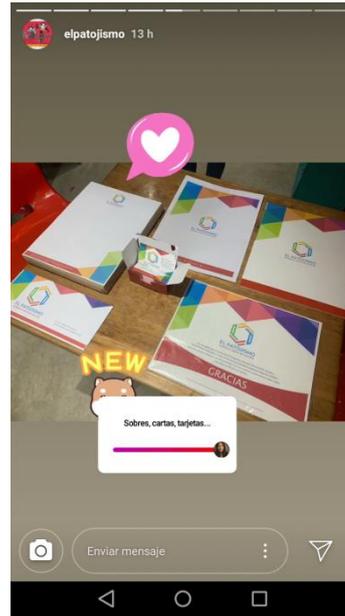


- **Acción 2:** Diseño e impresión de la papelería corporativa
 - Establecer qué elementos corporativos son necesarios:
 - Tarjetas de presentación
 - Hojas membretadas
 - Carpetas corporativas
 - Sobres tamaño estándar
 - Sobres tamaño carta
 - Carnets
 - Calcomanía Bus
 - Sesión de Fotografías a niños y adolescentes
 - Stickers
 - Establecer la línea gráfica
 - Diseñar la papelería corporativa basada en el manual
 - Revisión y Entrega



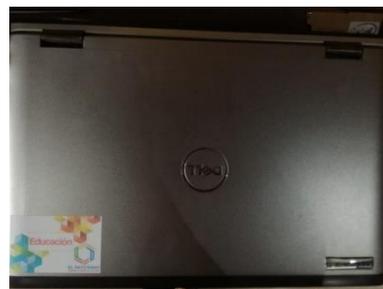
Fuente: Laura, Epesista

Papelería Corporativa



Fuente: Laura, Epesista

Stickers



Fuente: Laura, Epesista

Carnets

Tiro



Retiro



Fuente: Laura, Epesista

Diseños para Bus

Medidas	
85cms x 34cms	
94cms x 36cms	
232" x 31"	
232" x 31"	
17" x 99"	
17" x 99"	

Fuente: Laura, Epesista

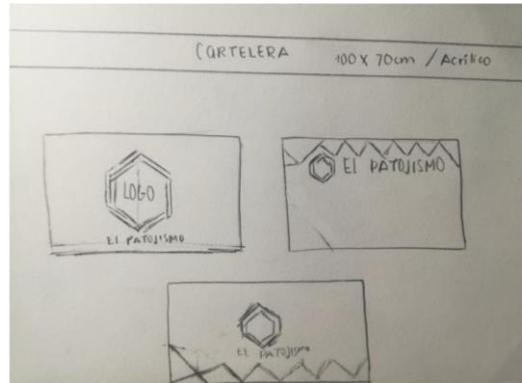
Calcomanía para Bus (Biblioteca)



Fuente: Laura, Epesista

- **Estrategia 2:** Fortalecimiento de medios para informar al grupo objetivo interno y externo
 - **Acción 1:** Solicitar la elaboración de una cartelera informativa
 - Diseño atractivo de una cartelera
 - Establecer ubicación estratégica
 - Solicitar a imprenta
 - Instalación

Bosquejos de Cartelera



Instalación y Uso



Fuente: Laura, Epesista

- **Acción 2:** Diseño e impresión de Afiches
 - Recabar información de eventos importantes y/o servicios



Fuente: Laura, epesista

- Diseño de afiches
- Revisión /Impresión
- Entrega



3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	Tiempo de duración															
	Marzo/Abril				Mayo				Junio				Julio			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Segunda fase: Plan de Comunicación	█	█	█	█												
Recopilar información para el manual de identidad corporativa					█	█										
Diseñar y estructurar el manual de identidad corporativa						█	█									
Primera revisión y correcciones								█								
Impresión de material									█							
Entrega y presentación del material corporativo										█						
Recopilar información de actividades del mes											█	█				
Diseñar material informativo																
Colocación de cartelera y de material informativo													█	█	█	█

Fuente: Cuadro hecho por Laura, Epesista

3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO

ASPECTOS A EVALUAR	INDICADORES CUALITATIVOS	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
Manual de Identidad Corporativa	El equipo de El Patojismo conoce los elementos que construyen la identidad visual de El Patojismo, hacen uso correcto de ella y se identifican.	Manual socializado y aprobado.
Papelería Corporativa	El equipo de El Patojismo tiene conocimiento de la papelería corporativa para hacer uso de ella.	Papelería diseñada, aprobada y en uso.
Cartelera Informativa	El equipo de El patojismo conoce la función de este producto, hace uso de ella para mantener informados a su G.O	Cartelera instalada en un lugar estratégico, en buen estado y utilizada.
Afiches	El G.O interno y externo, se informa de las 3 actividades programadas para el mes de Agosto	Afiches diseñados atractivamente para llamar la atención, publicados en la cartelera durante el mes de Agosto.

Fuente: Laura, Epesista

CONCLUSIONES

La Asociación Los Patojos es una institución con 13 años de haber sido creada, por ser una institución que no funciona con los departamentos esenciales, a través de un diagnóstico comunicacional se pudo establecer la carencia de un departamento de comunicación que refuerce esta área, asimismo la falta de una imagen corporativa, algo importante que fortalece su identidad interna y externamente.

La forma en la que trabajan su imagen corporativa es a través de voluntarios que diseñan tarjetas de presentaciones las cuales varían ya que por lapsos asisten diferentes personas para colaborar, lo cual a veces resulta confuso, porque la línea gráfica varía. Durante el tiempo de práctica se pretende realizar un manual de identidad corporativa el que pueda ser compartido con los próximos voluntarios, diseñadores o comunicadores para conservar las normas básicas para comunicar la esencia de la imagen de Los Patojos sin limitar la creatividad.

La identidad corporativa o identidad visual es la manifestación física de una marca. La concentración en objetivos que como Asociación son más importantes, fueron ignorando la importancia de contar con una identidad corporativa. Durante el tiempo de prácticas, se diseñó la papelería corporativa con el objetivo de reforzar esa imagen interna y externamente. Como Asociación, presentar profesionalmente una propuesta para solicitar más fondos que contribuyan al crecimiento de la misma, es sin duda una mejor forma de comunicar sus objetivos.

En el caso de mantener informados a su grupo objetivo, actualmente trabajan con papeles escritos a mano para informar y no cuentan con un lugar estratégico para colocar dicha información. Es por esa razón que durante las 300 horas, se asignaron acciones enfocadas para fortalecer la comunicación con su grupo objetivo. En primer lugar, contar con una ubicación estratégica para informar, una cartelera creativa que llame la atención para hacer atractivo este proceso, de igual forma elaborar afiches que capten la atención, con la información esencial para mantener al tanto de los proyectos o actividades próximas a realizar, de esta forma se sigue reforzando la imagen corporativa y la de informar con efectividad.

El Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación es un proceso complejo pero enriquecedor. Gracias a la oportunidad de aplicar los conocimientos adquiridos en esta formación profesional durante 300hrs en la Asociación Los Patojos, fue notorio lo relevante que es invertir tiempo, creatividad y conocimientos para fortalecerla y cómo influye también para alcanzar objetivos.

Complejo, porque se debe trabajar internamente y en conjunto para lograr resultados positivos, es necesario indagar para detectar los problemas que no permiten su desarrollo y su buena aplicación.

La comunicación es una ciencia que requiere de atención, todo comunica, desde una luz roja, un cielo gris, hasta una obra de arte. Al realizar este EPSL, se llegó a la conclusión de que se le debe dar la importancia que merece para sacar el mayor provecho de ella, para mejorar nuestro entorno, para crear lazos fuertes en nuestras relaciones interpersonales o para generar una imagen corporativa positiva en la mente de nuestro grupo objetivo.

RECOMENDACIONES

Con el ejercicio profesional supervisado se ha podido llegar a las conclusiones basadas en la realidad de la Asociación Los Patojos por lo cual se recomienda lo siguiente:

Mantener informados a los próximos voluntarios y nuevos integrantes de equipo de la Asociación sobre los lineamientos que representan la marca, para conservar su esencia visual y comunicarla de manera adecuada.

Que el equipo de Los Patojos se sienta identificado con la Asociación, proporcionándole el material corporativo necesario para crear lazos más fuertes.

Ser constantes en el uso y creativos en la manifestación física de la identidad corporativa, para ser reconocidos y recordados.

Cuidar la imagen corporativa no solo consiste en contar con material corporativo, la comunicación sobrepasa este factor, por lo que es importante mantener al equipo de El Patojismo también informado constantemente para que domine la información sobre proyectos, fechas importantes, etc.

Que el equipo de los patojos aprendan a darle un uso efectivo a la cartelera informativa para que cumpla con su función primordial.

Que el equipo de El Patojismo continúe abierto a la posibilidad de seguir invirtiendo esfuerzo y creatividad en fortalecer la comunicación interna y externa, para seguir comunicando “Sueños e ideas en Acción”

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Boceto: Es el esquema básico o línea ideológica que conforma la pre visualización de un futuro proyecto artístico... Su función Principal es mostrar la viabilidad de una idea y comprobar la reacción de un tercero.

Identidad Corporativa: Es la combinación del nombre de marca (naming o identidad verbal) y los códigos de conducta de la misma (o identidad visual)

Imagen Corporativa: Hace referencia a la representación o imagen conceptual que el público tiene sobre determinada marca.

Imagotipo: Hace referencia a la combinación del isotipo (parte icónica) y logotipo (parte textual) a la hora de plasmar la identidad de una marca.

Isotipo: Es un recurso de identidad de marca que se representa mediante un símbolo. Por lo tanto carece de texto o nombre.

Tipografía: Es el arte de componer letras para comunicar un mensajes y por tanto su técnica radica en la elección y el uso de “tipos” o “fuentes”

BIBLIOGRAFÍAS

Sampieri, R. E. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Interamericana Editores

Piloña, G. A. (2012). *Guía Práctica sobre métodos y técnicas de investigación documental y de campo*. Guatemala: GP Editores

Romero, J. P. (2016). *El patojismo*. Guatemala

Sotelo, C. (2001). *Introducción a la comunicación institucional*. Barcelona: Ariel

Canel, M. J. (2010). *Comunicación de las instituciones públicas*. Madrid: Editorial Tecnos.

Costa, J. (1995): *Comunicación Corporativa y revolución de los servicios*, Ciencias Sociales, Madrid.

Comunicación Interna. (S.f). España: Editorial Vértice

Rodríguez, C. A. V. (2006). *Teoría de la mentira*. ECO

E GRAFÍAS

Asociación Los Patojos. (2019). *El Patojismo*. Extraído el 1 de febrero de 2019.

<http://www.elpatojismo.edu.gt/>

Teresa Alba. (S. F). *Diccionario de Diseño*. Extraído el 6 de agosto de 2019.

<https://diseñocreativo.com/diccionario-de-diseno-gráfico/>

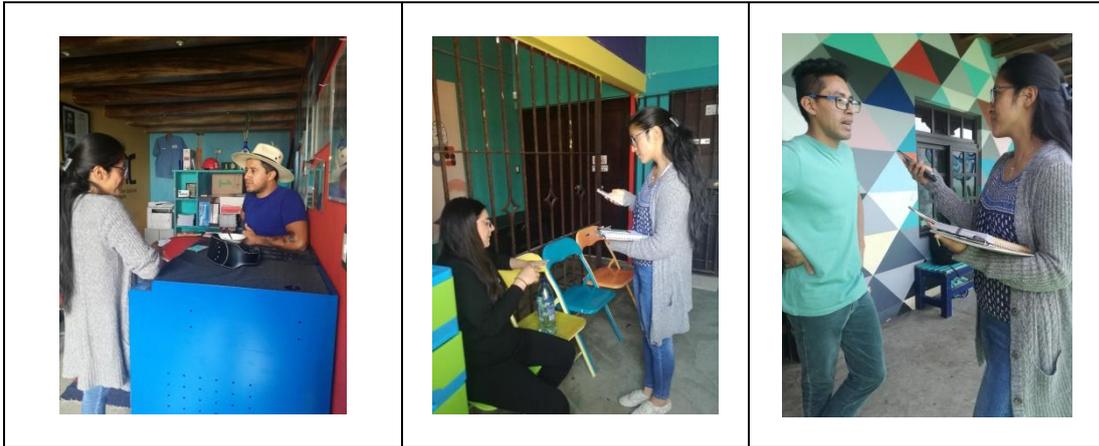
ANEXOS

- Logos vectorizados

En uso	Vectorizados
	
	
	

Fuente: Laura, Epesista

- Entrevistas



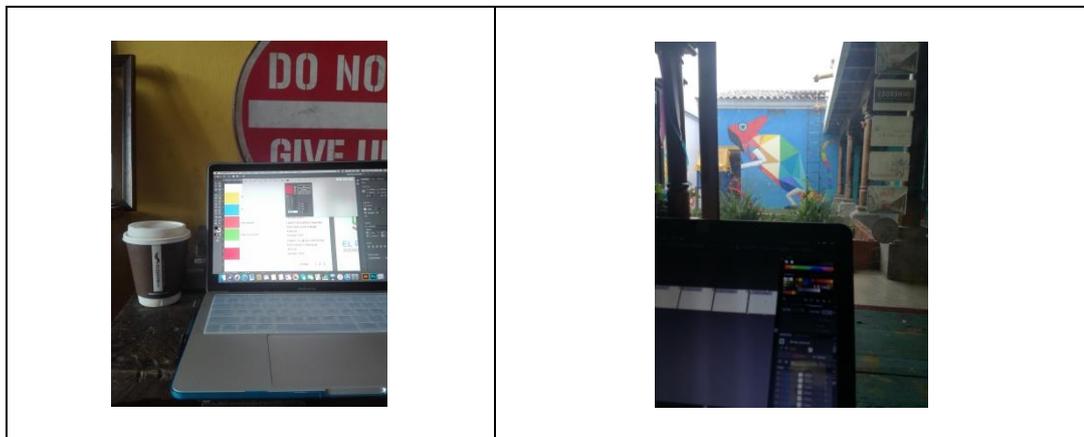
Fuente: Laura, Epesista

- Recopilación de Información



Fuente: Laura, Epesista

- Manual de Identidad Corporativa
 - Durante el proceso



Fuente: Laura, Epesista

- Papelería Corporativa

- Tarjetas de presentación utilizadas anteriormente



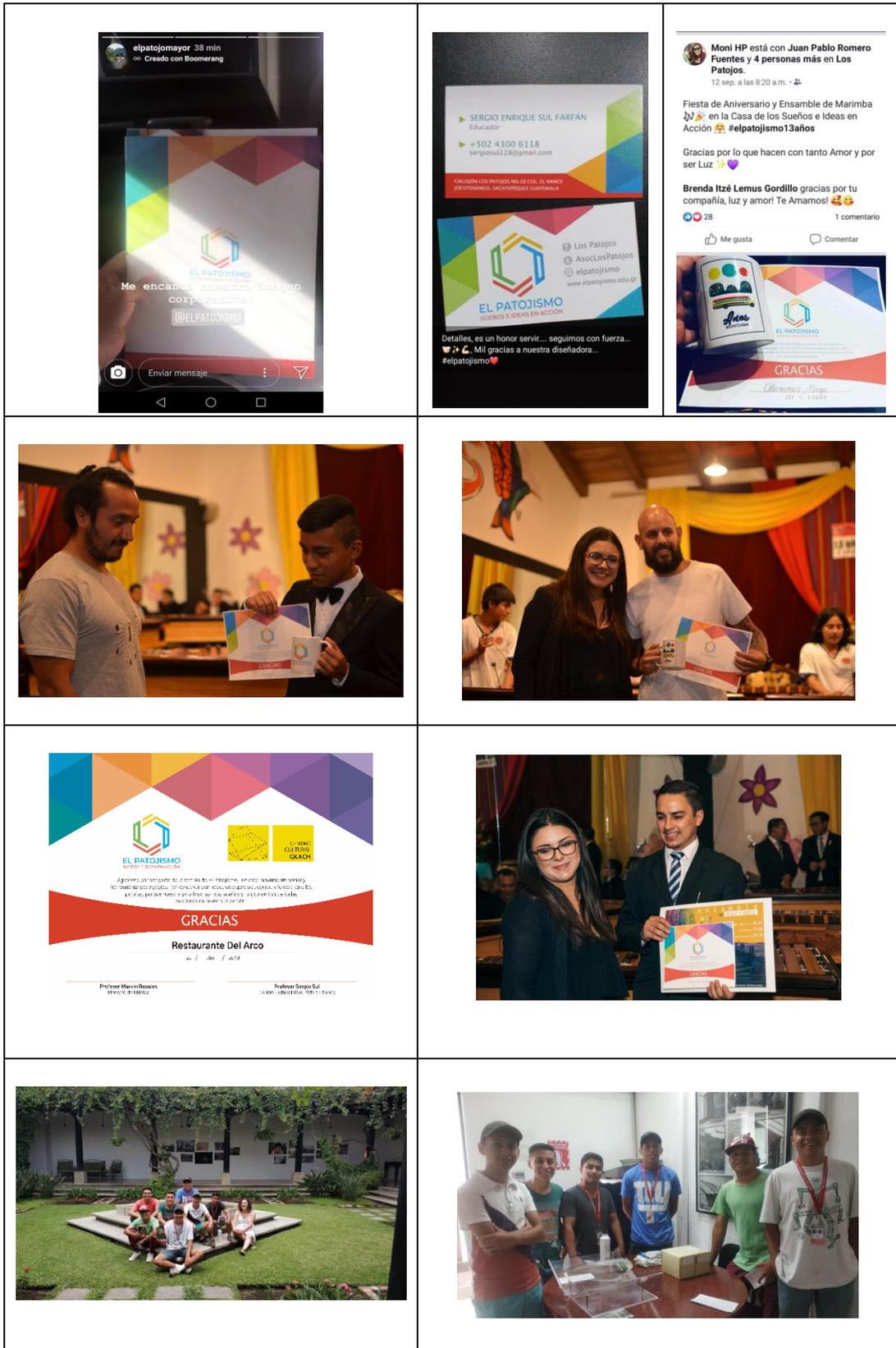
Fuente: Laura, Epesista

- Papelería Corporativa Renovada



Fuente: Laura, Epesista

○ Seguimiento al uso de papelería corporativa



Fuente: Laura, Epesista

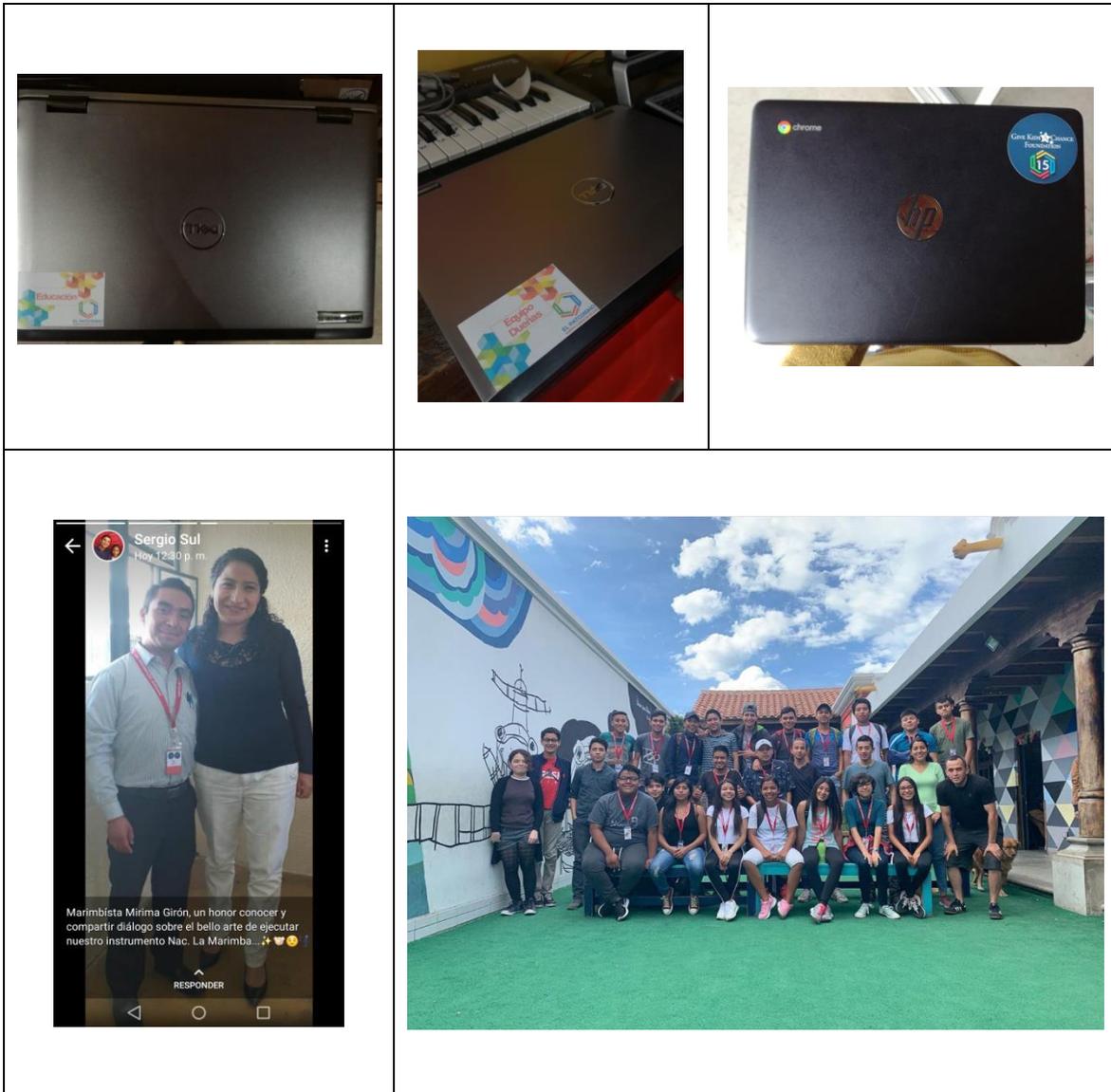
○ Propuestas de Carnet y Stickers

Material	Propuestas	Diseño Final
<p>Carnets</p>		

Material	Propuestas	Diseño Final
<p>Stickers para computadoras Numeradas desde 1 al 60</p>		
<p>Stickers para computadoras por departamento</p>		
<p>Stickers para carro</p>		

Fuente: Laura, Epesista

○ Diseño de Carnets y Stickers aplicados



Fuente: Laura, Epesista

o Sesión de fotos para diseño del Bus (Niños)



Fuente: Laura, Epesista

○ Sesión de fotos para diseño del Bus (Adolescentes)



Fuente: Laura, Epesista

○ Propuestas para diseño de Bus

Medidas	Propuestas
1 de 85cms x 34cms	
1 de 94cms x 36cms	
	
Un lateral de 232” x 31”	
	
Segundo lateral de 232” x 31”	
	
Un lateral de 17” x 99”	
	
Un lateral de 17” x 99”	
	

Fuente: Laura, Epesista

- Propuestas de Cartelera

Propuestas	Diseño Final
	
	

Fuente: Laura, Epesista

- **Transcripción completa de las entrevistas**

- Entrevista 1

Nombre: Juan Pablo Romero Fuentes

Cargo: Fundador, educador de filosofía y coordinador del programa de emprendimiento y juventud

1. A su criterio ¿La comunicación que actualmente maneja externamente la Asociación es buena, mala, se puede mejorar? ¿Por qué?

Se puede mejorar, tengo que reconocer que por estar concentrado en lo que pasa internamente día a día, nos cuesta también organizar el flujo y contenidos para compartir con la gente, entonces hay días en que saturamos las redes, otros en los que no se publica nada. Nos cuesta buscar personal

que trabaje específicamente en área de comunicación, uno, por el recurso económico para contar con un departamento de comunicación, que sería lo ideal; dos, las personas que administran las redes sociales, no solo hacen eso, sino que tienen que hacer un montón de cosas. Sin embargo, este año, contamos con Melissa Miranda que está llevando las Relaciones Públicas del proyecto pero específicamente desde el área de salud y nutrición. Vamos a comunicar lo que hacemos resumido desde ese departamento hasta que logremos crear un departamento de comunicación y relaciones públicas, porque es necesario no saturar las funciones, para que ya mejoremos ese proceso.

2. ¿Qué medios han utilizado para darse a conocer?

Redes sociales, Facebook es lo que mejor nos ha funcionado, desde el año pasado el twitter, hemos conseguido buena retroalimentación y también apoyo de gente que ha venido a dar talleres, instagram sería el tercero, que es más millennial, es más superficial, el cuarto es nuestro web site que no podemos avanzar ya que no tenemos el contenido y la quinta, la gente, medios de comunicación, la prensa, reportajes, hemos tenido actividad en ese sentido, no constante pero cuando pasa una publicación la aprovechamos para difundir el mensaje.

¿Quién se encarga de manejarlos?

Todos somos administradores de la cuenta de Facebook, pero Rafael Fuentes es quien se encarga de publicar.

3. ¿Esos medios están actualizados? En teoría sí, Facebook, instagram y twitter están a tiempo real

4. A su criterio ¿La comunicación que actualmente maneja internamente la Asociación es buena, regular, mala, se puede mejorar?

Regular, es un proceso muy intenso, porque pasa que el Patojismo no es una institución que funciona normal, no tenemos la burocracia o los espacios que

una institución oficial tendría porque todos somos multitasking y a veces la comunicación se pierde porque estamos entre tanto que se nos olvida, se malinterpreta la información que paran haciendo otra cosa. Es parte de la deficiencia del programa, sí, lo tenemos que aceptar, sin embargo también nos ayuda a resolver los problemas y la mala comunicación en esos momentos.

5. ¿Cuentan con actividades que fomenten la comunicación interpersonal dentro de la Asociación?

Sí, tenemos círculos de confianza con los del equipo, reuniones, entrenamientos, a partir de este año tenemos planes de trabajo donde planifican y este año implementamos las bitácoras que funcionan al revés que una planificación, una bitácora funciona hasta el final de tu día, donde contás lo que querés, lo que hiciste y lo que no tenías planificado y lo tenías que hacer. Este año el equipo está más motivado porque ya entendió la responsabilidad profunda que tienen también ellos de comunicar sus ideas y no solo desde nosotros decir qué tenemos que hacer. Estas estrategias nos están sirviendo y sí siempre se puede mejorar.

6. ¿Cuentan con material informativo para que la comunicación de todos los proyectos que se realizan sean compartidos entre todo el equipo? No, es mínimo, la única forma de trabajo acá es en tiempo real, se avisa, se platica y luego correos electrónicos, grupos de whatsapp, pero digamos que material impreso con nuestra filosofía no lo tenemos, con nuestros proyectos, no, no lo tenemos. Material de la institución para contar qué hacemos, cómo lo hacemos, los cursos que damos, eso nos hace falta.

7. Comunicacionalmente ¿Qué problemática considera que merece mayor atención? Trabajar en nuestra identidad corporativa, porque la gente nos conoce todavía como los patojos pero los patojos fue un concepto de hace 12 años y ahora es El Patojismo de hace 3 años, como una metodología, un movimiento social.

8. ¿Considera importante reforzar su identidad corporativa, por qué?

El objetivo es instaurarlo en el país y que sea conocido como que los guatemaltecos tienen su propio método de enseñanza y aprendizaje que se llama “El Patojismo” Trabajar en esa imagen es lo que queremos, marcar y transformar e impactar históricamente una organización social que se convierte de una idea a una institución.

9. ¿Cuentan con un departamento de comunicación? No contamos con una oficina en específico, tratamos de trabajar en esa área, pero no tenemos la plata, no tenemos departamento de psicología porque no tenemos los recursos para pagarlo, no podemos tener todo lo que en teoría debemos de tener pero tenemos más que ofrecer, el amor, el compromiso, la estructura. Este año estamos buscando el apoyo local, ser auto gestionable y ya tener pequeños espacios en donde se desarrollen proyectos puntuales y que no se mezcle.

10. ¿Considera necesario crear o reforzar el departamento de comunicación?

Sí, nos urge, acá somos muy comunicativos a pesar de no contar con asesores, pero lo hacemos y tarde o temprano la gente se entera de nosotros y viene pero lo queremos hacer más profesional porque entre más profesional empecemos a comunicar nuestros proyectos, mejor respuesta tendremos de la gente. Nadie sabe que tenemos un campus en desarrollo porque no sabemos cómo contarlo.

- Entrevista 2

Nombre: Rafael González Fuentes

Cargo: Coordinador de la Asociación Los Patojos y Director de estrategia pedagógica

Fecha: 4 de febrero

Duración: 5 minutos

1. A su criterio ¿La comunicación que actualmente maneja externamente la Asociación es buena, mala, se puede mejorar? ¿Por qué?

Es buena pero se puede mejorar, porque yo me encargo de las redes sociales, pero también queremos contar con un canal de youtube porque tenemos contenido audiovisual que por concentrarnos en otros trabajos, hemos dejado a un lado. Nuestra página web no está actualizada porque un voluntario empezó a trabajarla pero ya no continuó.

2. ¿Qué medios han utilizado para darse a conocer?

Redes sociales básicamente, Facebook, twitter e instagram

¿Quién se encarga de manejarlos?

Yo me encargo de responder y publicar diariamente.

3. ¿Esos medios están actualizados?

Como le comentaba, la mayoría sí pero necesitamos reforzar nuestra página web.

4. A su criterio ¿La comunicación que actualmente maneja internamente la Asociación es buena, regular, mala, se puede mejorar?

Se puede mejorar también, porque en el caso de los socios nos comunicamos por correo y whatsapp, cada tres meses les tenemos que entregar informes de los avances, posibles retrocesos. Con ellos trabajamos con informes, tenemos unos modelos que ellos nos entregan, pero sería importante crear una línea gráfica para ellos.

5. ¿Cuentan con actividades que fomenten la comunicación interpersonal dentro de la Asociación?

Sí, tenemos círculos de confianza, reuniones cada quince días, nos reunimos para ver en qué debemos mejorar, usamos las redes sociales, en donde mandamos información para que todos estemos enterados de lo que va a pasar.

6. ¿Cuentan con material informativo para que la comunicación de todos los proyectos que se realizan sean compartidos entre todo el equipo?

Necesitamos una estrategia que nos ayude compartir los proyectos, porque todo es por medio de las redes y a veces se pierde.

7. Comunicacionalmente ¿Qué problemática considera que merece mayor atención?

La identidad corporativa, la verdad es muy deficiente, quisiéramos contar con papelería organizacional que nos identifique y ser más profesionales en ese sentido. Trifoliales informativos para mejorar nuestra comunicación.

8. ¿Considera importante reforzar su identidad corporativa, por qué? Sí porque para nosotros es muy importante y contamos con poco personal y ese poco personal desconoce esa área, tenemos el contenido pero no tenemos la imagen.

9. ¿Cuentan con un departamento de comunicación? Tenemos uno pero es mínimo y lo manejamos tres personas, pero si no estoy la línea de comunicación no se mantiene.

10. ¿Considera necesario crear o reforzar el departamento de comunicación?

Sí, porque necesitamos una estructura para que los demás se vayan acoplando y se vaya distribuyendo mejor la información que manejamos.

- Entrevista 3

Nombre: Melissa Graciela Miranda Gaitán

Cargo: Coordinadora de la clínica médica y el programa de nutrición y alimentación

1. ¿Cuál es la función de esta área dentro de la Asociación?

Desde mi función yo podemos hacer menús con el equipo de cocina, más balanceados para todas las niñas y niños. Desde la clínica médica ya tenemos un control más gráfico de talla y peso y también me dedico a hacer las estadísticas de la institución.

2. ¿De qué forma comunica información importante de su área de trabajo?

Yo soy muy gráfica, utilizo fotografías a través de informes o boletines y de las estadísticas, lo manejo digital.

3. ¿Cuentan con actividades que fomenten la comunicación interpersonal dentro de la Asociación?

Sí, a través del arte, de reuniones, de bitácoras, círculos de confianza, estamos en constante comunicación con los jóvenes y con los del equipo del Patojismo, con el doctor, con las personas que nos colaboran, con la logística del proyecto. La forma más sana de comunicarnos es personal, pero la más inmediata vía whatsapp y correo electrónico.

4. A su criterio ¿Cómo es la comunicación con los otros departamentos, buena, mala, regular se puede mejorar?

Sí hay buena comunicación pero siempre se puede mejorar.

El Patojismo es una mano con 5 dedos entonces cada dedo cumple una función y todos van entrelazados al puño entonces esto ha hecho que funcione los patojos como es hoy en día.

5. ¿Conocen las redes sociales que maneja la Asociación?

Sí, Facebook, la mayoría del equipo administramos la página, tenemos acceso a la información, hay una persona en específica para que todas las publicaciones vayan en la misma línea, como la redacción, cada cuánto para no saturar pero. Hay una persona que es la encargada pero todos le podemos enviar la información a esta persona para que la pueda subir, Rafael Fuentes.

6. ¿Está enterada de los proyectos que se han realizado y los próximos a llevar a cabo dentro de la asociación? ¿Por qué medio se enteran?

Sí, dentro de lo patojos aquí en Jocotenango y ahora que estamos empezando en San Miguel Dueñas. Como nosotros hacemos funcionar esto, para que los niños sean felices y disfrutar aún más de todo, ha sido como una línea de comunicación a través de nuestras acciones entonces en el proceso nos vamos educando, en las reuniones conversamos sobre los proyectos para que estemos sintonizados. Pero considero que es muy importante contar con material informativo, por ejemplo este año que estamos implementando con más fuerza otros programas dentro de los proyectos que ya tenemos, sí es muy importante y necesario comunicarle no solo de manera interna sino externamente que nos están apoyando de alguna u otra manera los resultados y lo que hacemos. Que a través de una infografía qué hacemos, qué pensamos hacer y qué hicimos.

7. Comunicacionalmente ¿Qué problemática considera que merece mayor atención?

La relación del tiempo personal al del colectivo, pero por redes sociales nos comunicamos y nos enteramos de lo que está pasando.

8. ¿Cuentan con un departamento de comunicación?

En específico no

9. ¿Considera importante contar o reforzar el departamento de comunicación? ¿Por qué?

Sí y no solo una comunicación audiovisual, sino a través de un periódico, una revista para que todos estén enterados, que bonito que la gente se enteren de las cosas buenas que pasan. Eso vendría muy bien acá.

- Entrevista 4

Nombre: Giovanni Álvarez

Cargo: Encargado del programa de Artes – Centro Cultural Give Kids a Chance

1. ¿Cuál es la función de esta área dentro de la Asociación?

Organizar talleres de pintura, dibujo, serigrafía, xilografía, fotografía, cortometraje, diseño gráfico

2. ¿De qué forma comunica información importante de su área de trabajo?

Compartimos información personal de cara a cara, la mayoría de los compañeros están enterados, en mi caso nos comunicamos para organizar murales, si tienen ideas, en qué horario trabajaríamos, el proceso para conocer el material.

3. ¿Cuentan con actividades que fomenten la comunicación interpersonal dentro de la Asociación?

Regularmente son los viernes para compartir información de cómo nos fue en la semana, realizamos una bitácora y todos los días escribimos qué actividades han sido relevantes para nosotros para que a los otros compañeros les sirvan, regularmente los viernes son reuniones o cada mes hacemos un encerrón desde la mañana hasta la tarde para hablar de problemas, qué nos hace falta.

4. A su criterio ¿Cómo es la comunicación con los otros departamentos, buena, mala, regular se puede mejorar?

Buena

5. ¿Conocen las redes sociales que maneja la Asociación?

Sí, Facebook, twitter e instagram

6. ¿Está enterada de los proyectos que se han realizado y los próximos a llevar a cabo dentro de la asociación? ¿Por qué medio se enteran?

De la mayoría sí, algunos no, nos enteramos en las reuniones y cuando alguien tiene una idea se platica y aportamos todos.

7. Comunicacionalmente ¿Qué problemática considera que merece mayor atención?

Una agenda mensual que se nos comparta sobre unas actividades que no conocemos, regularmente sí hay una agenda pero hay otras actividades que aparecen de repente y nos avisan de un día para otro.

8. ¿Cuentan con un departamento de comunicación?

Sí pero no en específico un salón u oficina.

9. ¿Considera importante contar o reforzar el departamento de comunicación? ¿Por qué?

Sí sería necesario reforzar para mejora cada día en este ámbito y para que siempre estemos bien comunicados.

○ Horas de Practicas



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



Nombre del Alumno (a): Laura Elvira Sajché
No. Carné y DPI: 201400761 / 2668 90997 0301
Jefe o Encargado (a): Alfredo Rafael González Fuentes – Coordinador
Institución o Empresa: Asociación Los Patojos “Sueños e ideas en Acción”
Supervisor de EPSL: Licda. Krista Ramírez

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 13 / Al: 17	Mayo	6	6	6	6	6		30hrs
2	Del: 20 / Al: 24	Mayo	6	6	6	6	6		30hrs
3	Del: 27 / Al: 31	Mayo	6	6	6	6	6		30hrs
4	Del: 3 / Al: 7	Junio	6	6	6	6	6		30hrs
5	Del: 10 / Al: 14	Junio	6	6	6	6	6		30hrs
6	Del: 17 / Al: 21	Junio	6	6	6	6	6		30hrs
7	Del: 24 / Al: 28	Junio	6	6	6	6	6		30hrs
8	Del: 1 / Al: 5	Julio	6	6	6	6	6		30hrs
9	Del: 8 / Al: 12	Julio	6	6	6	6	6		30hrs
10	Del: 15 / Al: 19	Julio	6	6	6	6	6		30hrs
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									300 hrs.

(f)
 Alfredo Rafael González Fuentes
 Coordinador

(f)
 Licda. Krista Ramírez – Supervisor EPSL