

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

**ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO**



**DIAGNÓSTICO Y PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN  
EXTERNA EN ORFANATO VALLE DE LOS ÁNGELES, GUATEMALA.**

**LESLIE FABIOLA CARRILLO MEDINA**

**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**GUATEMALA, OCTUBRE 2021**

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ejercicio profesional supervisado

**Diagnóstico y plan estratégico de comunicación externa en  
Orfanato Valle de los Ángeles, Guatemala.**

Leslie Fabiola Carrillo Medina

Previo a optar al título de:  
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Guatemala, octubre 2021

**Universidad de San Carlos de Guatemala**

**Escuela de Ciencias de la Comunicación**

**Director**

Lic. César Augusto Paiz Fernández

**Consejo Directivo**

**Representantes Docentes**

M.A. Silvia Regina Miranda López

**Representantes Estudiantiles**

José Guillermo Herrera López

Gerardo Iván Porres Bonilla

**Representante de Egresados**

M.Sc. Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes

**Secretario**

M.A. Héctor Arnoldo Salvatierra

**Comisión de EPS de Licenciatura**

**Coordinador**

Dr. José María Torres Carrera

**Supervisoras**

M.A. Evelin Morazán Gaitán

M.A. Evelin Hernández

Lcda. Krista María Ramírez

Lcda. Brenda Yanira Chacón Arévalo

**Supervisores**

M.A. Marvin Sarmientos Yuman

Lic. Luis Fernando Lucero

Lic. Mynor René Martínez

Lic. Julio Sebastián Chilín



Guatemala, octubre 21 de 2021

Estudiante de EPS de Licenciatura  
Leslie Fabiola Carrillo Medina  
Carné: 201122422  
Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:


Después de evaluar su trabajo académico impreso y de manera virtual, titulado: **“Diagnóstico y plan estratégico de comunicación externa en Orfanato Valle de los Ángeles, Guatemala”** y luego de haber sustentado el examen privado y defensa de su proyecto de EPS, de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, se aprueba por unanimidad por parte del tribunal examinador.


Por tanto, se autoriza el trabajo final en el acta de cierre respectiva e impresión de su trabajo final de EPSL en un número de cinco (5) ejemplares impresos; así como tres (3) CD's con el documento incluido en formato PDF, los cuales deberá entregar un ejemplar a la institución o empresa, el resto a Coordinación del EPSL, que luego serán entregados a la Biblioteca Central, a Biblioteca de Flavio Herrera, y a Secretaría de la E.C.C.

Sin más que hacer constar:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

  
M.A. Marvin Sarmientos  
Supervisor

  
M.A. Evelin Morazán  
Supervisora

  
Dr. José María Torres Carrera  
Coordinador





Guatemala 4 de marzo de 2021  
EPSL-C029

Licenciada:  
Grecia Ramírez  
**Orfanato Valle de los Ángeles**  
Presente.

Distinguida Licenciada Ramírez:

Por medio de la presente se solicita aceptar como practicante del programa de graduación del EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, a la estudiante **Leslie Fabiola Carrillo Medina**, carné no. **201122422** quién manifestó su deseo de hacer Práctica Supervisada en su institución, para el efecto se requiere lo siguiente:

- Extenderle, por favor una carta de aceptación y trabajar por medios electrónicos, plataformas virtuales, presencial, semipresencial, híbrida, o como su institución lo determine.
- Facilitarle los materiales para hacer su práctica.
- Aceptar dentro del Plan y Estrategia de Comunicación del 2021 de su institución, que la estudiante tenga la oportunidad de hacer un diagnóstico con medios electrónicos o plataformas virtuales, elaborar un plan y ejecutar una estrategia, que contribuya al mejoramiento del proceso de comunicación interna o externa de su institución.
- Autorizar que se supervise el Ejercicio Profesional –EPSL cuando las condiciones sanitarias lo permitan por la emergencia Sanitaria actual por el COVID-19.
- Que se autorice el informe final de resultados de dicha investigación.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Dr. José María Torres Carrera USAC  
Coordinador EPS Licenciatura en Ciencias de la Comunicación



Licda. Grecia Ramirez

cc. Archivo  
MA. Evelin Morazán

Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Edificio M2, Ciudad Universitaria USAC  
Zona 12, Ciudad de Guatemala, C.A.  
[www.comunicacion.usac.edu.gt](http://www.comunicacion.usac.edu.gt)

(502) 2418-8920





Guatemala 22 de marzo de 2021

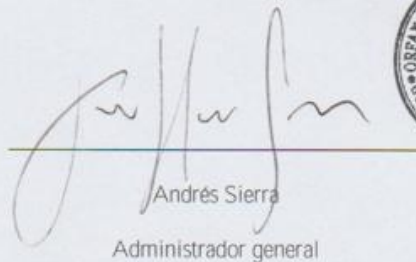
Dr. José María Torres Carrera  
Coordinador del Ejercicio Profesional Supervisado  
de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Dr. Torres:

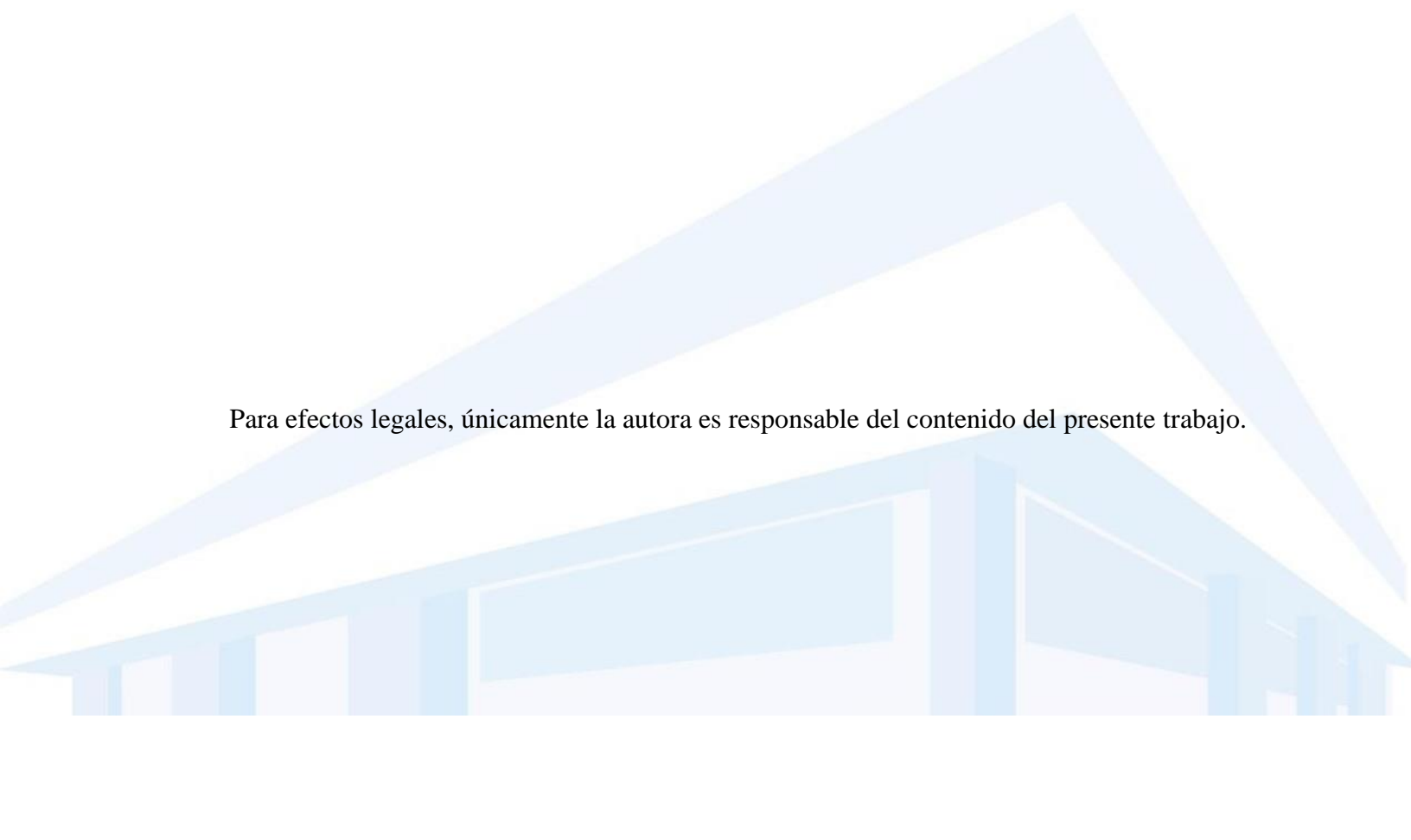
Por este medio me dirijo a usted para hacer de su conocimiento que hemos autorizado a la estudiante Leslie Fabiola Carrillo Medina, con número de carné 201122422, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala la realización del Ejercicio Profesional Supervisado correspondiente a la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, en nuestra organización Orfanato Valle De Los Ángeles. Hacemos constar que nos adaptaremos a las políticas de distanciamiento y protocolos sanitarios de su respetable institución.

Debiendo cumplir con la práctica en el periodo del 15 de marzo al 30 de agosto del 2021.

Atentamente,

  
Andrés Sierra  
Administrador general



A decorative graphic at the bottom of the page consisting of several overlapping, semi-transparent blue geometric shapes. These shapes form a stylized, abstract architectural structure that resembles a series of connected peaks and valleys, creating a sense of depth and movement. The colors range from light sky blue to a slightly darker, muted blue.

Para efectos legales, únicamente la autora es responsable del contenido del presente trabajo.

## **Dedicatoria**

**A DIOS:**

Por regalarme la vida, todo lo que tengo y lo que soy. Por ser bueno y permitirme cumplir esta meta.

**A MIS PADRES:**

Rosemary Medina y Raúl Carrillo, por darme educación, amor, enseñanzas y todo lo necesario para cumplir mis metas y objetivos.

**A MIS HERMANOS:**

Gladys y Raúl su apoyo moral y emocional.

**A MI NOVIO:**

Saúl Saravia, por apoyarme y alentarme siempre.

**A MIS SUEGROS:**

Doña Dora y don Carlos Saravia, por su cariño y apoyo en todo momento.

**A COORDINACIÓN DEL EPS DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN:**

Por apoyarme, guiarme y animarme a cumplir esta meta.

**A MIS COMPAÑEROS:**

Por el apoyo y el aliento durante todo el proceso.



## Índice de contenido

Índice de figuras .....	i
Índice de tablas .....	ii
Introducción.....	iii
Antecedentes.....	iv
Justificación .....	v
<b>Capítulo 1</b> .....	<b>1</b>
<b>Diagnóstico de comunicación</b> .....	<b>1</b>
1.1 Institución .....	1
1.2 Perfil institucional.....	1
1.3 Ubicación geográfica .....	1
1.4 Integración y alianzas estratégicas.....	2
1.5 Origen e historia.....	2
1.6 Departamentos o dependencias de la organización .....	3
1.7 Organigrama de la empresa .....	5
1.8 Misión .....	6
1.9 Visión.....	6
1.10 Objetivos institucionales.....	6
1.11 Público objetivo .....	7
1.12 Diagnóstico .....	8
1.13 Objetivos del diagnóstico.....	10
1.14 Tipos de investigación .....	10

1.15 Enfoque de investigación.....	12
1.15.1 Tipo de enfoque.....	12
1.16 Técnicas de recolección de datos.....	14
1.16.1 Observación.....	15
1.16.1.1 Tipos de observación.....	16
1.16.1.2 Lo observado en Orfanato Valle de los Ángeles.....	17
1.16.2 Documentación.....	17
1.16.3 Entrevistas de profundidad.....	18
1.16.4 Grupos focales.....	19
1.16.5 Encuestas.....	20
1.17 Interpretación de resultados.....	21
1.18 FODA.....	29
1.19 Problemas detectados.....	31
1.20 Planteamiento del problema comunicacional.....	33
1.21 Indicadores de éxito.....	33
1.22 Proyecto a desarrollar.....	33
<b>Capítulo 2.....</b>	<b>34</b>
<b>Plan estratégico de comunicación.....</b>	<b>34</b>
2.1 Plan de comunicación:.....	34
2.2 Misión del plan.....	34
2.3 Visión del plan.....	34
2.4 Elementos comunicacionales.....	35
2.4.1 Comunicación.....	35
2.4.2 Elementos comunicacionales.....	35

2.4.3 Comunicación organizacional .....	36
2.4.4 Comunicación interna .....	36
2.4.5 Comunicación externa.....	37
2.4.6 Redes sociales .....	37
2.5 Alcances y límites de la estrategia .....	38
2.6 Metodología para la aplicación de la estrategia comunicacional.....	38
2.6.1 Objetivos del plan estratégico .....	39
2.6.2 Acciones para conseguir los objetivos .....	39
2.6.3 Los indicadores para medir su cumplimiento .....	40
2.6.4 Los instrumentos .....	41
2.6.5 Actividades para la operatividad de la estrategia .....	41
2.6.5.1 Propuesta 1: post para redes sociales .....	41
2.6.5.2 Propuesta 2: videos de influenciadores .....	41
2.6.5.3 Propuesta 3: comunicado de prensa .....	42
2.6.5.4 Propuesta 4: espacios en noticieros nacionales .....	42
2.7 Financiamiento.....	42
2.8 Presupuesto .....	43
2.9 Beneficiarios .....	43
2.10 Recursos humanos .....	44
2.11 Área geográfica de acción.....	44
2.12 Cuadro comparativo de la estrategia.....	45
2.13 Cronograma del plan de comunicación.....	46

<b>Capítulo 3</b> .....	47
<b>Ejecución de la estrategia</b> .....	47
3. Informe de la ejecución.....	47
3.1 Ejecución: Publicación de contenido del orfanato por <i>influencers</i> .....	47
3.2 Ejecución: Espacios en medios de comunicación masivos .....	52
3.3 Actividades y calendarización .....	54
Conclusiones.....	56
Recomendaciones .....	57
Referencias .....	58
E-grafía .....	60
Anexos .....	63

## Índice de figuras

Figura 1 - Organigrama de la empresa .....	5
Figura 2 – ¿Qué es lo más importante para usted en una organización sin fines de lucro? .....	21
Figura 3 - ¿Alguna vez ha realizado alguna donación a una organización benéfica? .....	22
Figura 4 ¿Existen posibilidades que usted sea donante a una causa benéfica? .....	23
Figura 5 - Si su respuesta es negativa ¿Por qué? .....	24
Figura 6 - ¿Ha escuchado anteriormente sobre el Orfanato Valle de los Ángeles? .....	25
Figura 7 - Si su respuesta fue positiva indique porque medio se enteró .....	26
Figura 8 – ¿Si usted tomara la decisión de ser donante a una causa benéfica qué tipo de información le gustaría recibir? .....	27
Figura 9 - ¿Por qué medios le gustaría informarse? .....	28

## Índice de tablas

Tabla 1 - Público objetivo .....	7
Tabla 2 - FODA.....	30
Tabla 4 - Indicadores para medir su cumplimiento .....	40
Tabla 5 - Presupuesto .....	43
Tabla 6 - Cuadro comparativo de la estrategia.....	45
Tabla 7 - Cronograma del plan de comunicación.....	46

## **Introducción**

La comunicación es de suma importancia en toda institución, en este caso, se ha realizado un diagnóstico de comunicación en el Orfanato Valle de los Ángeles ubicado en la finca el Pulté ciudad de Guatemala, diagnóstico que ha servido para detectar problemas en la comunicación externa del mismo. El proceso del diagnóstico se ha realizado utilizando técnicas e instrumentos de recolección, los cuales han arrojado las deficiencias en el proceso de comunicación de dicha institución.

El diagnóstico fue realizado durante el segundo año de pandemia por COVID-19 lo que hizo que la labor de investigación fuera un tanto complicada, pero, al mismo tiempo esto abre puertas a herramientas digitales que permiten que parte de la investigación se realice de forma remota sin omitir ningún dato ni parte relevante de la investigación.

Esta investigación cuenta con datos del Orfanato Valle de los Ángeles como: antecedentes de comunicación, visión, misión, la historia del lugar, los objetivos institucionales, cómo está conformado, el organigrama del mismo, así como datos de sus diferentes canales y medios de comunicación, procesos de comunicación e información sobre su grupo objetivo.

Entre los instrumentos que se utilizaron para realizar dicho diagnóstico se encuentra la observación, encuesta y entrevista. Se han graficado e interpretado los resultados obtenidos por medio de los mencionados instrumentos para ser mejor comprendidos, se han enumerado los problemas de comunicación detectados, siendo estos en su mayoría, de comunicación externa. Destacan entre ellos la falta de una estrategia para mayor alcance e impacto en las redes sociales de la institución.

En este diagnóstico se han interpretado los resultados de la investigación, logrando concluir en que el Orfanato Valle de los Ángeles necesita una estrategia de redes sociales que permita llegar a su público objetivo, logrando más seguidores y alcance en las publicaciones realizadas, mejorando el contenido que se publica y respondiendo a las necesidades del grupo objetivo, todo esto para lograr que se cumplan los objetivos de la institución.

## Antecedentes

El orfanato Valle de los Ángeles es una institución sin fines de lucro que se dedica al cuidado, alimentación, educación y hospedaje de más de 200 niños en estado de riesgo, se sostienen gracias a las donaciones, patrocinios, voluntariado por lo que nunca habían tenido una persona, menos un departamento que se encargara de la comunicación del mismo, por esta razón, han sido los frailes y personal del orfanato quienes han llevado la comunicación del mismo.

Hasta enero de 2021, no había una persona o departamento encargado de la comunicación del orfanato. Fue entonces que decidieron contratar a quien actualmente se encarga de la comunicación, Grecia Ramírez, licenciada en relaciones internacionales. Ella se encarga de las relaciones públicas del orfanato, las redes sociales y todo tipo de comunicación externa de la institución.

Grecia Ramírez es apoyada por un diseñador gráfico *freelance* ya que se contrata por proyectos o por tiempo, también, voluntarios donan de su tiempo y trabajo, realizando videos, estrategias y material de apoyo para complementar el área de comunicación. Es un tanto difícil trabajar de esta forma ya que algunos voluntarios tardan o no cumplen con el trabajo prometido y no puede exigírseles debido a que son voluntarios.

Desde enero de 2021 cuando Grecia Ramírez comenzó a trabajar la comunicación del orfanato, se han comenzado distintos proyectos y estrategias de comunicación los cuales han mostrado un avance en la comunicación del orfanato. Por ejemplo, la página web fue rediseñada para llamar la atención de quienes ingresan al sitio a obtener información del orfanato, así como de las diferentes formas de apoyar o donar.

Las redes sociales también han tenido un cambio positivo y una interacción eficaz desde que Grecia Ramírez es la encargada, pues se responde a las personas que buscan información, lo más pronto posible. El contenido de las redes sociales también es más frecuente, pero aún necesita mejoras y una estrategia que permita atraer a más personas para así cumplir con el objetivo que es llegar a más personas para obtener mayores donaciones.



## **Justificación**

La comunicación en las organizaciones es una necesidad diaria, un proceso que debe realizarse de forma regular y controlada, con resultados que se obtienen mediante un seguimiento y control, así como una mejora constante. Por esta razón es necesario identificar problemas de comunicación en las instituciones, para luego encontrar forma ideal de darles solución a los mismos y ejecutar las acciones necesarias para mejorar aspectos deficientes en los diferentes procesos de comunicación.

El Orfanato Valle de los Ángeles trabaja con más de 200 niños a los cuales brinda alimentación, vivienda, educación y se cubren todas sus necesidades básicas. El realizar un diagnóstico y proyecto comunicacional dentro de la institución, favorece y beneficia directamente a los niños que se encuentran en estado de riesgo, pues al funcionar de manera adecuada la comunicación del orfanato, ingresan más donaciones o patrocinios los cuales sirven para sufragar los gastos mencionados.

Estos niños en estado de riesgo reciben una educación integral y son preparados para ser buenos ciudadanos, personas que se valen por sí mismas, que generan ingresos, cambiando su futuro por completo, entonces, al reforzar la comunicación del orfanato, directamente se influye en este cambio en la sociedad guatemalteca, pues se direcciona el rumbo de más de 200 niños de manera positiva.

Es importante realizar un diagnóstico de comunicación en la mencionada institución para fortalecer la comunicación de la misma y lograr mejores resultados en la estrategia de comunicación la cual es fundamental para el funcionamiento del orfanato.

Los beneficiados al realizarte este diagnóstico serán principalmente los niños que viven y estudian en el orfanato pues todo lo que pasa en relación a la institución les afecta directamente. La institución como tal también será beneficiada pues se reforzará aspectos débiles que necesiten cambios o mejoras.



# Capítulo 1

## Diagnóstico

### 1.1 Institución

Orfanato Valle de los Ángeles.

### 1.2 Perfil institucional

El orfanato Valle de los Ángeles es un orfanato que no solo alberga a más de 200 niños, sino que les brinda alimentación, educación, salud, psicología y los encamina a diferentes oficios como la panadería y costura, practican deportes como karate, taekwondo, béisbol, entre otros. Los niños albergados reciben una educación integral con el objetivo de brindarles mejores oportunidades en un futuro.

### 1.3 Ubicación geográfica

El orfanato Valle de los Ángeles se encuentra ubicado en la finca el Pulté ciudad de Guatemala, colinda con el club ecuestre, golf y residencias el Pulté por un lado y por otro lado con Piedra Parada El Rosario, Santa Catarina Pinula. El orfanato está completamente separado de las dos comunidades que lo rodean pues cuenta con todas las áreas necesarias para los niños quienes viven en el lugar.



## 1.4 Integración y alianzas estratégicas

El orfanato recibe el apoyo financiero y donaciones de las siguientes instituciones: Tecniseguros, Provincia Franciscana de la Inmaculada Concepción Nueva York, Guatemorfohis, Silent Children Mission, Simon Ferent, Marie Claire Palacios, Tramelsa, Cargo Expresso, Jugos Lozano, Inlaca, Hidrovegetales, El Pulté Golf, Banco de alimentos, Rotarios de Guatemala, Unisuper, Sarita, Colgate, Panacafé, Sontres, Sendis, Little Caesars y Wendys.

Reciben donaciones de insumos por parte de: Brothers quienes donan pan variado, Agroamérica que apoyan con arroz y frijol, Apuntes Empresariales aporta Incaparina, Unisuper los dota merma de verdura y abarrotes, Celasa aporta maseca y huevos, Olmeca les dona aceite y margarina, el Ingenio Concepción les brinda azúcar al igual que el Ingenio Santa Ana que proporciona también azúcar.

Por su parte, Molinos modernos les brinda la harina, dura, suave y para panqueque, Shuvla S.A. les dona leche y café. Estas son donaciones que reciben constantemente y les sirven especialmente para la alimentación de los más de doscientos niños y personal que vive en el orfanato y que día a día reciben desayuno, almuerzo y cena, las donaciones no cubren toda la necesidad de alimentos, sino parcialmente.

## 1.5 Origen e historia

Durante más de 60 años, el sacerdote franciscano Rocco Famiglietti fue misionero en varias partes de América Central por lo que experimentó de primera mano los efectos devastadores que la pobreza, la enfermedad y la falta de educación tenían en la región, en especial en los jóvenes. Todo esto llevó a tener la idea de construir un hogar donde los más pobres pudieran ser protegidos, cuidados y educados y que estuvieran rodeados de calidez humana.



Fue en el año 1987 que Rene Abularach, comenzó el proceso para donar 25 acres de tierra cerca de la ciudad de Guatemala, siendo estas tierras el lugar en donde se encuentra el orfanato actualmente. La primera piedra se colocó en diciembre de 1989. Y en el año 1992, se terminó de construir el edificio multiusos, el monasterio, el convento de las hermanas y los dormitorios de los niños.

Fue entonces que, Valle de los Ángeles fue creado y el proyecto como tal inició en enero de 1993, con el primer grupo de 26 niños. Valle de los Ángeles se estableció originalmente para educar y cuidar a los niños abandonados. La misión se amplió para incluir a todos los niños pobres en estado de riesgo. Por ello, en la actualidad se alojan, se alimentan y se educan a más de 200 niños huérfanos y/o en estado de riesgo.

El edificio escolar alberga a nueve grados de estudiantes, quienes simultáneo a sus estudios formales asisten a clases de música, informática, karate y educación física. Actualmente el orfanato está a cargo del sucesor del Padre Rocco, el sacerdote Joaquín Mejía quien además de continuar con los ideales franciscanos y el carisma, también ha transformado el orfanato en una operación más eficiente y moderna (Ángeles, 2021).

## 1.6 Departamentos o dependencias de la organización

El Orfanato Valle de los Ángeles cuenta con un colegio interno en donde los niños tienen la opción de estudiar hasta quinto bachillerato, el orfanato en donde se vela por la educación, alimentación y vivienda de más de 200 niños, también dentro de la institución hay una iglesia en la cual se realizan actividades, así como misas para los niños y trabajadores del orfanato, también pueden celebrarse misas para personas ajenas al orfanato quienes realizan donaciones por las mismas.



El orfanato cuenta con una panadería llamada “*Angel’s Bakery*” el cual surgió como un proyecto para brindar herramientas a los niños, pues en ella aprenden a hornear diferentes tipos de pan, pero terminó siendo una fuente de ingresos vital para el sostenimiento del orfanato pues el pan horneado por los niños, está siendo vendido al público en general para generar ingresos los cuales benefician directamente a los niños.

Valle de los Ángeles cuenta con un huerto el cual permite que los niños aprendan a sembrar, cultivar y cosechar: semillas, pilones, plantas, hierbas, vegetales, frutas y variedad de flores. Los productos que cosechan son un componente fundamental de las comidas diarias de los niños. El huerto también proporciona un ingreso adicional pues quienes deseen pueden comprar frutas o verduras de temporada, así como arreglos florales.

La institución también cuenta con departamento de recursos humanos el cual se encarga de contratar y tratar asuntos de los empleados del orfanato, existe el departamento de compras quienes se encargan de realizar las compras de los insumos necesarios para el funcionamiento de la institución, el departamento de donaciones se encarga de recibir las donaciones para el orfanato, el departamento de mercadeo gestiona y busca patrocínios, así como todo tipo de ingresos.

El área de eventos organiza todas las actividades que se realizan tanto dentro como fuera del orfanato, en el departamento de contabilidad se lleva la administración de las finanzas. Existe un área para el personal de limpieza y mantenimiento, el orfanato cuenta con seguridad privada y transporte para el personal y actividades con los niños. También tiene también un área de psicología con personal capacitado.

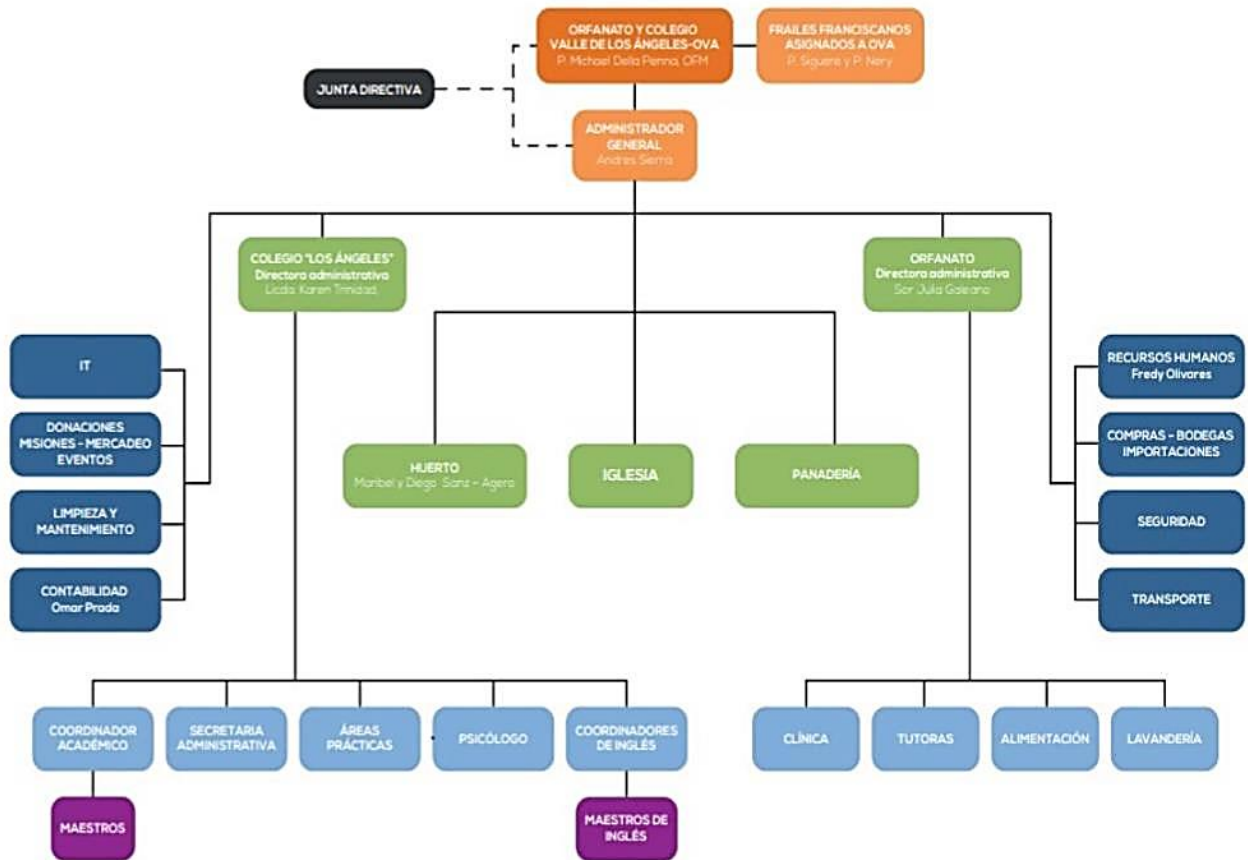
Dentro de orfanato hay una clínica médica para cuidar la salud de los niños y el personal del orfanato. Hay un área de cocina en donde se preparan los alimentos de los más de 200 niños, así como del personal que labora y vive en el orfanato. Existen áreas prácticas, dos canchas deportivas, una de concreto y otra de tierra en donde los niños pueden practicar fútbol o basquetbol.



También cuentan con un área de lavandería en el cual se lava la ropa tanto de cama como la ropa que utilizan diariamente los niños y personal que vive en el orfanato. En el orfanato hay una plaza área que sirve para que los niños puedan jugar o estudiar en su tiempo de receso pues es al aire libre.

### 1.7 Organigrama de la empresa

Figura 1 - Organigrama de la empresa



Fuente: Orfanato Valle de los Ángeles



## 1.8 Misión

Alojar, educar y formar integralmente a niños guatemaltecos en situación de riesgo y/o escasos recursos para convertirlos en ciudadanos preparados, productivos e íntegros en la sociedad.

## 1.9 Visión

Continuar alojando, educando y formando niños guatemaltecos en situación de riesgo y/o escasos recursos, ampliando y modernizando nuestras áreas y talleres, así como expandiendo nuestra capacidad de alojamiento.

## 1.10 Objetivos institucionales

- a) Brindar educación de calidad que permita a los estudiantes culminar sus estudios escolares a través de la constante actualización y evaluación de la maya curricular.
- b) Formar técnicos en panadería y costura, a través de clases especializadas con profesionales en los distintos temas.
- c) Promover el idioma inglés como herramienta primordial de trabajo del mundo moderno, con el apoyo de profesores especializados en el idioma.
- d) Proveer alimentación que cumpla con los estándares nutricionales permitiendo a los niños y niñas su crecimiento adecuado según la etapa en la que se encuentren.
- e) Crear un ambiente propicio para la prevención y el tratamiento de la salud física y mental con ayuda de profesionales de la salud.
- f) Promover el cuidado del medio ambiente.



- g) Brindar actividades de recreación que permitan el desarrollo de los niños y niñas de forma lúdica.
- h) Promover los valores franciscanos.

### 1.11 Público objetivo

El orfanato busca obtener patrocinios y donaciones para sufragar los gastos por lo que su grupo objetivo son hombre y mujeres, jóvenes y adultos mayores de 18 años que tengan ingresos y deseos de donar a la causa benéfica, en su mayoría adultos, con interés en la caridad, así como empresas que puedan patrocinar algún tipo de alimento u otro recurso necesario para los niños, su alimentación, educación y formación.

**Tabla 1 - Público objetivo**

<b>Perfil</b>	<b>Descripción</b>
Género	Hombre y mujeres.
Edad	Mayores de 18 años.
Socioeconómico	Medio, medio alto y alto.
Intereses	Caridad, labor social.

Fuente: elaboración propia





## 1.12 Diagnóstico

El diagnóstico de comunicación es una herramienta para evaluar las prácticas sociales dentro de una organización, herramienta especialmente orientada a obtener conocimiento sistemático sobre éstas prácticas, identificar fortalezas y debilidades que serán retomadas en la estrategia a utilizar la cual estará destinada a realizar modificaciones en la comunicación que sean de beneficio y produzcan cambios positivos dentro de la organización (Bruno, 2011).

El diagnóstico permite tener el conocimiento exacto y amplio de la situación en la que se necesita trabajar, examinando antes todos los aspectos que detectarán y determinarán un problema. El diagnóstico detalla la información necesaria para decidir cuáles serán los objetivos, audiencias, mensajes y medios más apropiados antes de emprender una acción comunicacional (Delgado, 2015).

Para realizar un diagnóstico de comunicación de forma correcta, se debe seguir un proceso, este proceso cuenta con ciertos pasos los cuales son: establecer objetivos, métodos y técnicas de investigación, recopilación de información, interpretación de datos y presentación de resultados. Cada paso es parte importante e indispensable en el proceso del diagnóstico.

Los diagnósticos comunicacionales según el tipo de relaciones de comunicación privilegiadas en el análisis pueden ser: diagnóstico que privilegian las relaciones de comunicación interna y diagnósticos que privilegian las relaciones de comunicación externa entre las cuales se encuentran la interinstitucional, de medios, de destinatarios o interlocutores de la organización.

En el diagnóstico de comunicación se investiga y mejoran las prácticas de comunicación internas y externas de una organización en todos los niveles, así como las producciones comunicacionales de la misma que serían las metáforas, símbolos, e incluso los comentarios de las personas de la organización en sus conversaciones. Para el diagnóstico de comunicación se utilizan los instrumentos correspondientes dependiendo de las necesidades que se vayan presentando, así como los recursos.



La comunicación interna son todas las actividades realizadas por una organización para el buen funcionamiento y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, esto por medio del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, así como integrados y motivados para así lograr el buen cumplimiento de sus tareas y de los objetivos de la organización.

El diagnóstico de comunicación interna es un proceso de investigación que se sigue para conocer el estado de los sistemas de comunicación hacia el interior de la organización. Permite conocer las necesidades comunicativas y de información del público interno, facilita la creación de un sistema de comunicación eficaz que transmita la cultura y los objetivos de la organización (Sánchez, 2014).

El diagnóstico de comunicación externa es la trasmisión y recepción de datos, pautas, imágenes, referidas a la organización y a su contexto. Para la organización que tiene clientes, es muy importante mantener un doble flujo de comunicación: recibir información sobre el contexto en el que se desarrolla y proyectar una buena imagen como empresa en el medio social.

Este tipo de diagnóstico privilegia el análisis de las relaciones de comunicación con el afuera, aparte de los puntos que se mencionaron con anterioridad, en ocasiones también es comunicación dirigida a otras instituciones cuando se trata de diagnósticos interinstitucionales. Los diagnósticos de comunicación externa se pueden subdividir en: diagnósticos de medios y de interlocutores (Sánchez, 2014).

En el caso del orfanato Valle de los Ángeles, tanto la comunicación interna como la externa son de suma importancia para la institución, pero esencialmente la comunicación externa pues necesitan interactuar con posibles voluntarios y posibles donadores o patrocinadores quienes son pieza fundamental para la sostenibilidad del orfanato ya que dependen completamente de donaciones para sufragar los gastos de Valle de los Ángeles.



### 1.13 Objetivos del diagnóstico

#### Objetivo general:

Describir la comunicación externa que tiene el Orfanato Valle de los Ángeles.

#### Objetivos específicos del diagnóstico

- a) Evaluar los procesos de comunicación externa del orfanato Valle de los Ángeles.
- b) Analizar los problemas de comunicación externa.
- c) Identificar los canales de comunicación que contribuya a la mejora de la comunicación externa del orfanato.

### 1.14 Tipos de investigación

Los proyectos de investigación pueden ser clasificados dependiendo de los siguientes criterios: por el propósito, la investigación puede ser básica o aplicada. Según los medios usados para obtener los datos, puede ser documental, de campo o experimental. Según el nivel de conocimientos que se adquieren, puede ser exploratoria, descriptiva o explicativa o dependiendo del campo de conocimientos en que se realiza, es científica o filosófica.

Las investigaciones conforme al tipo de razonamiento empleado pueden ser espontáneas, racionales o empírico-racionales. Dependiendo al método utilizado, una investigación puede ser analítica, sintética, deductiva, inductiva, histórica, comparativa, etc. Y, conforme al número de investigadores que la realizan, una investigación es individual o colectiva (Veracruzana, s.f.).



Una investigación de acuerdo al conocimiento sobre el objeto de estudio puede ser: explicativa, descriptiva o exploratoria. Esta investigación es descriptiva por lo que se enfoca y puntualiza las características de la población u objeto de estudio. En una investigación descriptiva, el objetivo principal es describir la naturaleza del objeto de estudio, sin hacer énfasis en las razones por las que se produce un determinado fenómeno.

La investigación descriptiva se efectúa cuando se desea describir, en todos sus componentes principales, una realidad. Este tipo de investigación utiliza el método de análisis, se logra caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta y se señalan sus características y propiedades.

Junto a ciertos criterios de clasificación, funciona para ordenar, agrupar o sistematizar los objetos involucrados en el trabajo indagatorio. Al igual que la investigación exploratoria, puede servir de base para investigaciones que requieran un mayor nivel de profundidad (Veracruzana, s.f.).

Por otra parte, la investigación exploratoria es un tipo de investigación comúnmente utilizada para estudiar un problema que aún no está claro o totalmente definido, por lo que se lleva a cabo para comprenderlo mejor (Mercado, 2007). Esta investigación es de tipo exploratoria ya que tiene como objetivo captar una perspectiva general del problema, razones precisas y claras que ayuden a desarrollar una hipótesis.

La investigación exploratoria es considerada como el primer acercamiento científico a un problema. Se utiliza cuando éste aún no ha sido abordado o no ha sido suficientemente estudiado y las condiciones existentes no son todavía determinantes. Recibe el nombre de investigación exploratoria ya que se realiza con el propósito de destacar los aspectos fundamentales de una problemática determinada y encontrar los procedimientos adecuados para elaborar una investigación posterior.

Este tipo de investigación es bastante utilizado porque, al contar con sus resultados, se simplifica abrir líneas de investigación y proceder a su consecuente comprobación. La investigación exploratoria tiene como objetivo la aproximación a fenómenos novedosos. Siendo su objetivo obtener información que permita comprenderlos mejor (Arias, 2020).



La investigación exploratoria, por tanto, lo que hace es interesarse por un tema que no ha sido estudiado antes, permite conocer aspectos nuevos de conocimientos ya existentes. Cuando no se sabe a qué se está enfrentando, lo mejor es explorar primero. Este tipo de investigación utiliza principalmente, la observación y métodos cualitativos, como opiniones de expertos o revisiones de literatura.

El objetivo principal de la investigación exploratoria es aproximar al investigador al objeto de estudio. Así, le aportará información relevante para plantear las hipótesis que se utilizaran después (Arias, 2020).

## 1.15 Enfoque de investigación

El enfoque de una investigación es un proceso sistemático, disciplinado, controlado que está directamente relacionada a los métodos de investigación que son dos: método inductivo generalmente asociado con la investigación cualitativa que consiste en ir de los casos particulares a la generalización y, por otro lado, el método deductivo, es asociado normalmente con la investigación cuantitativa cuya característica es ir de lo general a lo particular.

### 1.15.1 Tipos de enfoque

Para realizar un diagnóstico de comunicación se debe hacer una investigación la cual puede ser de acuerdo a su enfoque la investigación: cuantitativa, cualitativa o mixta. En el caso de la cuantitativa, es un proceso rígido, es objetiva, son datos concretos y se utilizan principios teóricos. Mientras que, en el enfoque cualitativo, se utiliza en especial la observación y no tiene un proceso rígido en la investigación.



La investigación cualitativa es aquella que persigue describir sucesos complejos en su medio natural, con información preferentemente cualitativa. Los principales tipos de investigación cualitativa son: investigación-acción la cual es un tipo de investigación aplicada, destinada a encontrar soluciones a problemas que tenga un grupo, una comunidad, una organización. Los propios afectados participan en la misma.

El otro tipo de investigación cualitativa es la investigación participativa: el cual es un estudio que surge a partir de un problema que se origina en la misma comunidad, con el objeto de que en la búsqueda de la solución se mejore el nivel de vida de las personas involucradas.

La investigación cuantitativa por su parte, es aquella que utiliza predominantemente información de tipo cuantitativo directo. Dentro de la investigación cuantitativa se pueden observar: diseños experimentales en la que se aplican experimentos "puros", entendiéndose por tales los que reúnen tres requisitos fundamentales: manipulación de una o más variables independientes; medir el efecto de la variable independiente sobre la variable dependiente y validez interna de la situación experimental (Veracruzana, s.f.).

Diseños cuasi experimentales: se utilizan cuando no es posible asignar al azar los sujetos de los grupos de investigación que recibirán tratamiento experimental. La encuesta social: es la investigación cuantitativa de mayor uso, consiste en aplicar una serie de técnicas específicas con el objeto de recoger, procesar y analizar características que se dan en personas de un grupo determinado.

Otro estudio cuantitativo es con datos secundarios los cuales, a diferencia de los dos anteriores, abordan análisis con utilización de datos ya existentes.

Durante el proceso de una investigación cuantitativa, el instrumento de medición o de recolección de datos juega un papel importante. Por lo que deben ser correctos, o que indiquen lo que interesa medir con facilidad y eficiencia; un instrumento de medición cuenta con tres características principales que son: la validez, que se refiere al grado en que la prueba está midiendo lo que en realidad se desea medir. Confiabilidad, que es la exactitud y a la precisión de los procedimientos de medición.



Y la factibilidad que son los factores que determinan la posibilidad de realización, que son tales como: factores económicos, conveniencia y el grado en que los instrumentos de medición sean interpretables (Veracruzana, s.f.).

Por otro lado, está la investigación con enfoque mixto, se utilizan datos tanto cuantitativos como cualitativos y en esta investigación se ha utilizado el enfoque mixto por esta razón, porque cuenta con datos cuantitativos, así como cualitativos para lograr un diagnóstico de comunicación objetivo, con datos exactos que permitan identificar los problemas de comunicación externa que tiene el orfanato para luego darles una solución.

### 1.16 Técnicas de recolección de datos

Los métodos y técnicas de investigación son los instrumentos que ayudarán a obtener valores exactos de medición sobre los objetos de investigación, y estos valores permitirán resolver un problema presentado con anterioridad. Si los instrumentos de investigación no son correctamente utilizados, provocará que se realice una medición incorrecta de la realidad dañando el resto de la investigación, así como el resultado de la misma (Heinemann, 2003).

Las técnicas de investigación son un conjunto de procedimientos metodológicos y sistemáticos cuyo objetivo es garantizar la operatividad del proceso de investigación. Es decir, obtener suficiente información y conocimiento para resolver las interrogantes. Existen varias técnicas aplicadas a los diferentes tipos de investigación.

Las técnicas de investigación son todas las herramientas de las que se vale la ciencia para incrementar su campo de conocimiento. De la misma forma en que la ciencia estudia diferentes aspectos, los métodos necesarios para abordarlos también deben ser diferentes, cumpliendo con las características adecuadas para abordar uno u otro objeto de estudio.

Las técnicas de investigación son los procesos e instrumentos utilizados en el abordaje y estudio de un determinado fenómeno. Con estos métodos, los investigadores pueden recopilar, examinar,



analizar y exponer la información con la que se han encontrado y con ello, adquirir nuevo conocimiento.

No todas las técnicas de investigación son adecuadas para los mismos objetos de estudio. Según sus características, serán más adecuadas unas técnicas u otras. En el momento en el que se plantea lo que se quiere estudiar, el grupo investigador decidirá escoger la técnica más adecuada, siendo esta elección un punto fundamental en todo proyecto de investigación (Rubio, 2021).

En este diagnóstico se han utilizado un método científico, que es un proceso sistemático por medio del cual se obtiene el conocimiento, principalmente se basa en la observación y experimentación. Para que haya ciencia debe haber un conjunto de conocimientos y un método apropiado para su estudio, la observación, pero, un tipo de observación que debe ser sistemática y controlada (Castán, 2014).

Las principales técnicas de investigación son:

### 1.16.1 Observación

Según Lidia Díaz Sanjuán en el documento “La Observación”, esta, como técnica de investigación se divide en dos tipos: la observación científica que es la que observa un objetivo claro y preciso, el investigador tiene definido el objeto de observación. Y también la observación no científica en la cual el investigador observa sin ninguna intención definida pues surge espontáneamente.

Como su propio nombre indica, la observación implica observar atentamente el fenómeno, hecho o caso concreto, tomando la información necesaria y registrándola de forma más o menos sistemática. Es un elemento fundamental de toda investigación, es una herramienta tan importante para la ciencia que, básicamente, la mayor parte de los conocimientos científicos se han obtenido haciendo uso de esta técnica cualitativa.





El investigador se apoya de la observación para obtener el mayor número de datos posible. Así, observan conductas que quizás no son evaluables mediante otro tipo de técnicas de recolección de datos o que el sujeto objeto de estudio no es consciente de realizar. También es frecuente el uso de esta técnica al principio de las investigaciones, cuando no se dispone de suficiente información sobre un fenómeno específico (Rubio, 2021).

### 1.16.1.1 Tipos de observación

Nahum Montagud Rubio en el artículo “Los 12 tipos de técnicas de investigación: características y funciones” menciona que existen diferentes formas de observación, los cuales son:

- a) Observación directa: el investigador se pone en contacto personalmente con el hecho a investigar.
- b) Observación indirecta: se conoce el fenómeno mediante observaciones hechas por otras personas.
- c) Observación participante: el investigador se adentra en el fenómeno, consiguiendo información “desde dentro”.
- d) Observación no participante: se recoge la información desde fuera, sin intervenir en el fenómeno.
- e) Observación no estructurada: la observación se realiza sin la ayuda de elementos técnicos ni especiales.
- f) Observación estructurada: se tiene ayuda de elementos técnicos apropiados, como pueden ser tablas, fichas.
- g) Observación de campo: se realiza en lugares donde ocurren los hechos o fenómenos a investigar.
- h) Observación de laboratorio: se realiza la investigación con grupos humanos previamente determinados, en condiciones de laboratorio.



### 1.16.1.2 Lo observado en Orfanato Valle de los Ángeles

En este diagnóstico se ha realizado la observación directa y de campo en Orfanato Valle de los Ángeles lo que permitió identificar varias deficiencias en la comunicación de la institución, especialmente en la comunicación externa, la descripción de lo detallado es únicamente con fines educativos y para consideraciones futuras de beneficio a la institución. Estas son algunas de las deficiencias detectadas por medio de la observación:

- a) No existe un departamento de comunicación, sino una sola persona encargada de la comunicación.
- b) El orfanato no cuenta con una estrategia de comunicación.
- c) Se observó que las redes sociales tienen pocos seguidores.
- d) No se tiene un plan de redes sociales.
- e) Las publicaciones en redes sociales son poco llamativas para el grupo objetivo.
- f) El orfanato es poco conocido.
- g) No tienen posicionamiento de marca.
- h) Los planes de donación no se han dado a conocer lo suficiente.

### 1.16.2 Documentación

La investigación documental es una técnica de investigación cualitativa que se encarga de recopilar y seleccionar información a través de la lectura de documentos, libros, revistas, grabaciones, filmaciones, periódicos, bibliografías, entre otros. Este tipo de investigación suele asociarse con la investigación histórica (Pro).



Para obtener información se consultó especialmente la página web de la institución [www.valleyoftheangels.com](http://www.valleyoftheangels.com) la cual llevó a la obtención de diversos datos teóricos importantes del orfanato Valle de los Ángeles.

Entre ellos, la historia del orfanato ya que cuenta con varias secciones que contienen información completa. También se consultaron redes sociales de la institución, *Facebook* e *Instagram*.

Para el diagnóstico también se realizó observación y entrevistas a las personas que trabajan en la institución para obtener diversos datos importantes sobre el funcionamiento de Valle de los Ángeles.

### 1.16.3 Entrevistas de profundidad

La entrevista es una técnica de gran utilidad en la investigación, es utilizada especialmente en las investigaciones de enfoque cualitativo o mixto para recabar datos, se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar. Es la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio y tiene el fin de obtener respuestas a las interrogantes planteadas sobre un problema en específico (Cerón, 2006).

La entrevista es de las técnicas de investigación más antiguas. Lleva largo tiempo siendo utilizada en los diferentes tipos de investigación. La entrevista constituye una técnica indispensable pues permite obtener datos directamente de la persona que forma parte del objeto de estudio.

El uso de la entrevista se hace cuando se considera necesario que exista interacción y diálogo entre el investigador y la persona investigada. También es una buena herramienta a utilizar cuando la población que es objeto de estudio es pequeña y manejable, ya sea una persona o un grupo reducido de ellos (Rubio, 2021).



Con el fin de conocer mejor los procesos de comunicación del Orfanato Valle de los Ángeles se realizó una entrevista a la encargada de comunicación de la institución, Licenciada Grecia Ramírez, el día 19 de abril del presente año en donde se le realizaron ocho preguntas respecto a la comunicación del orfanato quien manifestó que:

- a) El área de comunicación está conformada únicamente por ella y un diseñador *freelance*.
- b) Los formatos más relevantes en la comunicación del orfanato son las infografías, imágenes y videos.
- c) Necesitan reforzar las redes sociales del orfanato.
- d) Considera que el medio más importante para llegar al grupo objetivo de la institución son las redes sociales.
- e) Las redes sociales del orfanato no tienen el alcance deseado.

#### 1.16.4 Grupos focales

Los grupos focales son una técnica de recolección de datos que consiste en un espacio de opinión para captar pensamientos de cierto grupo de individuos, logrando auto explicaciones que dan como resultados datos cualitativos. Es una forma de entrevista grupal que utiliza la comunicación entre investigador y participantes, con el propósito de obtener información. Se podría decir que es un método de investigación colectivista.

Esta técnica funciona para explorar conocimientos y experiencias un grupo de personas en un ambiente de interacción, lo cual permite examinar lo que el grupo piensa, cómo piensa y por qué piensa de esa manera. El realizar la entrevista en grupo facilita la discusión y anima a los participantes a comentar y opinar (Hamui, 2007).



### 1.16.5 Encuestas

Es una técnica que se lleva a cabo mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de personas. Las encuestas proporcionan información sobre las opiniones, actitudes y comportamientos de los involucrados en el diagnóstico. La encuesta es un conjunto de testimonios que puedan cumplir con el propósito establecido que es recabar información de la institución u objeto de investigación.

En este diagnóstico se realizó una encuesta de ocho preguntas las cuales fueron respondidas por una muestra de 357 personas que forman parte del universo del orfanato que son 5,000 personas lo que permitió recabar información sobre los intereses del grupo objetivo en cuanto a comunicación, así como los problemas de comunicación del orfanato pues en su mayoría respondieron que desconocían del orfanato Valle de los Ángeles.

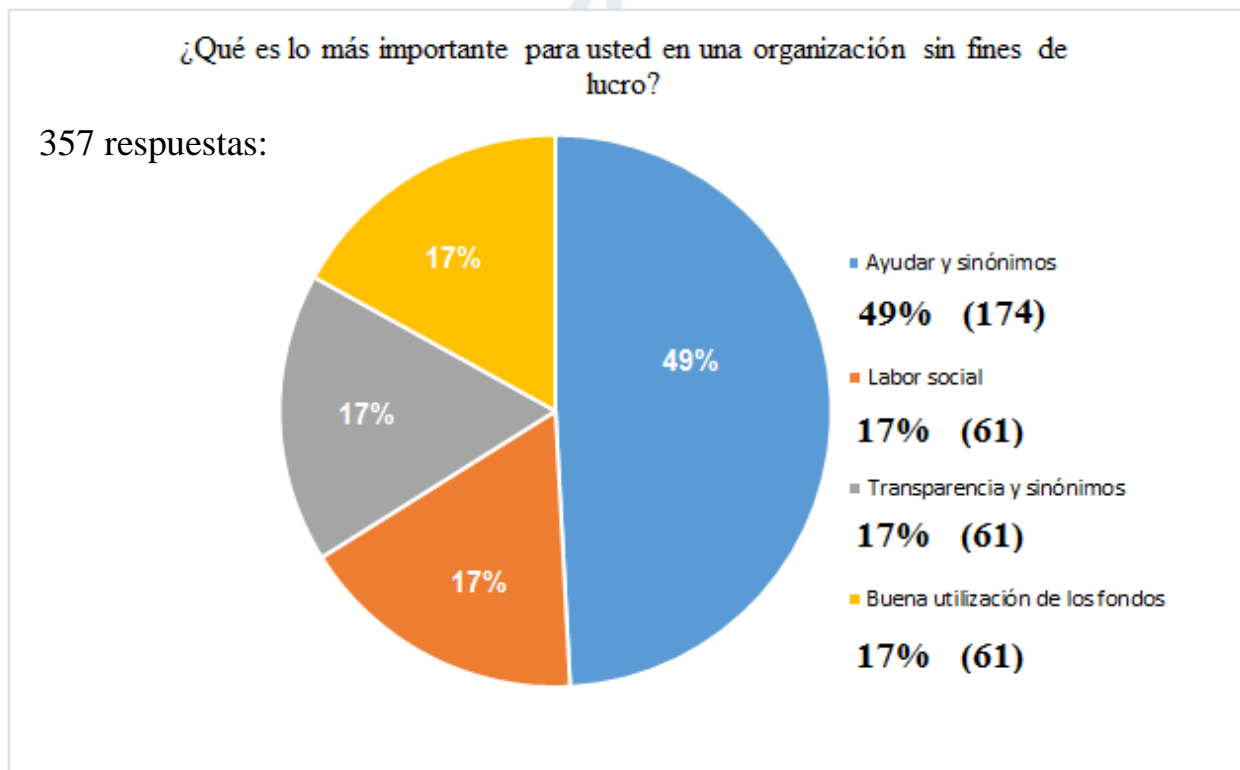
$$\frac{5,000^2 \cdot 95 \cdot 5}{2}$$

$$15\% (5,000 - 1) \cdot 95^2 \cdot 95 \cdot 5 = 357$$



## 1.17 Interpretación de resultados

**Figura 2 – ¿Qué es lo más importante para usted en una organización sin fines de lucro?**



Fuente: elaboración propia

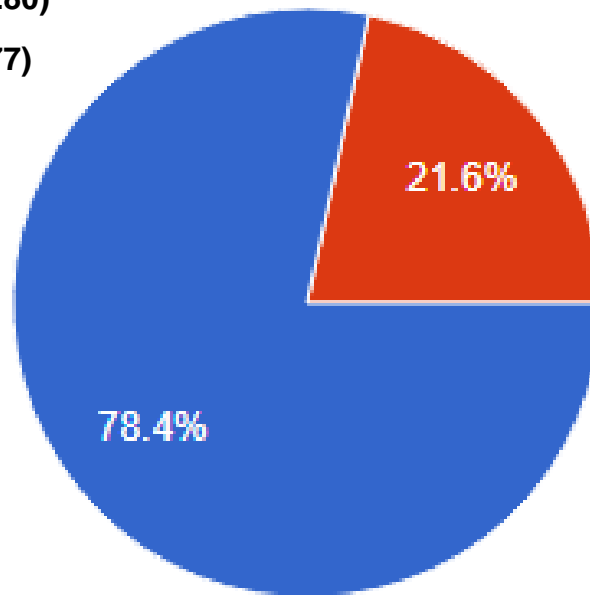
Debido a que esta pregunta tenía la opción de escribir las respuestas, se han colocado las respuestas más frecuentes a la misma. Los encuestados evidenciaron que para ellos lo más importante de una organización sin fines de lucro es la ayuda que brindan, también, la labor social que realiza la institución, que sea transparente, también mencionaron que, una de las características más importantes de la institución es cómo se utilicen y administren los recursos e ingresos de la institución es importante.



**Figura 3 - ¿Alguna vez ha realizado alguna donación a una organización benéfica?**

357 respuestas:

- **Sí** 78.4% (280)
- **No** 21.6% (77)



Fuente: elaboración propia

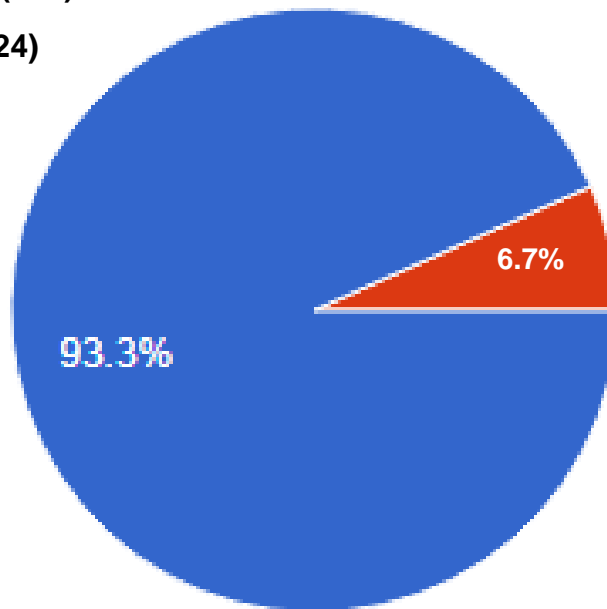
De las 357 personas encuestadas, 280 ya han realizado donaciones a causas benéficas lo que en porcentajes es 78.4% mientras que, 77 personas, que representan el 21.6% de los encuestados no han realizado donaciones. Lo que permite interpretar que, la mayoría de personas encuestadas ya donan a causas benéficas. Lo cual es una ventaja pues la mayoría ha vivido la experiencia de donar lo cual los posiciona con mayor facilidad en el grupo objetivo de la institución.



**Figura 4 ¿Existen posibilidades que usted sea donante a una causa benéfica?**

357 respuestas:

- **Si** 93.3% (333)
- **No** 6.7% (24)



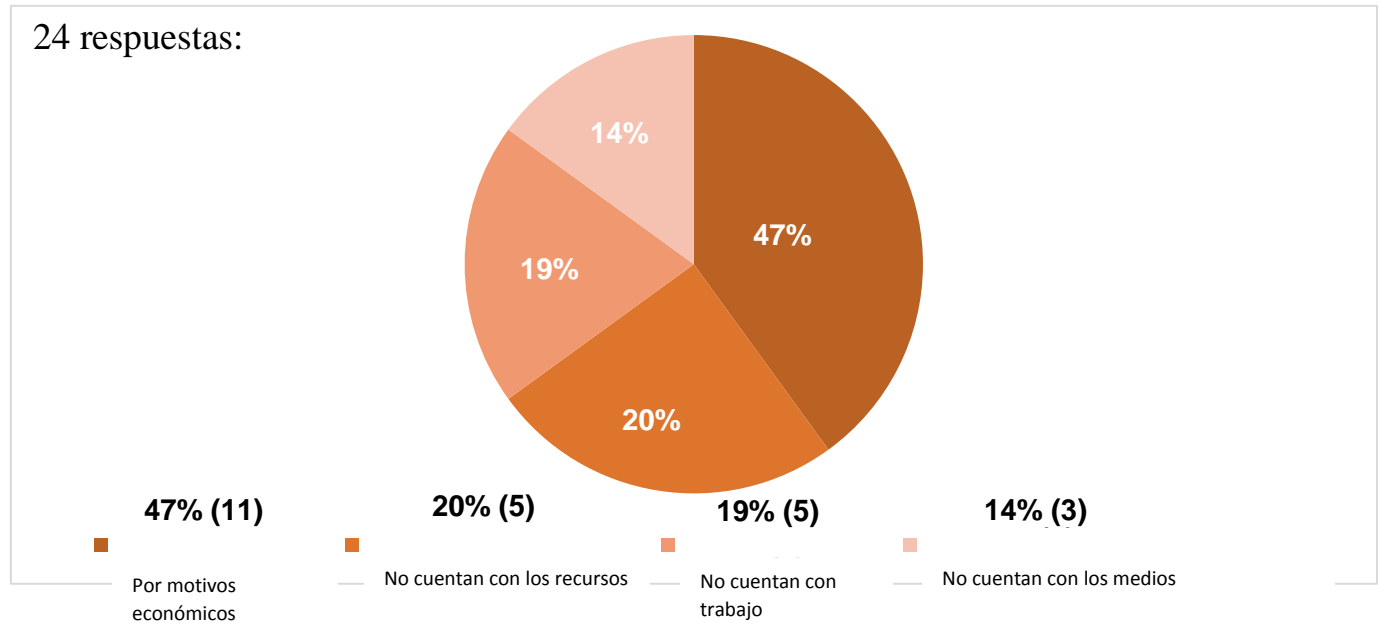
Fuente: elaboración propia

De las 357 personas encuestadas, 333 respondieron que sí serían donantes a causas benéficas lo que en porcentajes es 93.3% mientras que, 24 personas, que representan el 6.7 % de los encuestados no sería donante a la causa benéfica. Lo que permite interpretar que, la mayoría de personas encuestadas sí están dispuestos a donar a causas benéficas, esto también es ventaja para la institución pues son donadores o patrocinadores en potencia.





**Figura 5 - Si su respuesta es negativa ¿Por qué?**



Fuente: elaboración propia

De las 357 personas encuestadas, solamente 24 personas respondieron que no serían donantes a la causa benéfica. Estas personas al responder la razón por la que no lo serían donadores o patrocinadores escribieron razones como: por motivos económicos, no cuentan con recursos, no cuentan con trabajo y otras razones de índole económico por las respondieron que no donarían.

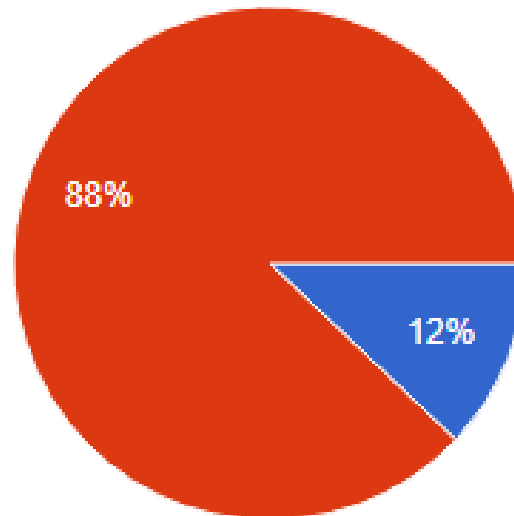
Esto permite interpretar que las razones por las que las personas no serían donadores o patrocinadores son únicamente porque no cuentan con recursos para hacerlo, aunque tengan la intención no les es posible aportar de manera económica debido a las diferentes circunstancias como que no cuentan con trabajo o los recursos necesarios para aportar a la institución.



**Figura 6 - ¿Ha escuchado anteriormente sobre el Orfanato Valle de los Ángeles?**

357 respuestas:

- **Sí 88% (314)**
- **No 12% (43)**



Fuente: elaboración propia

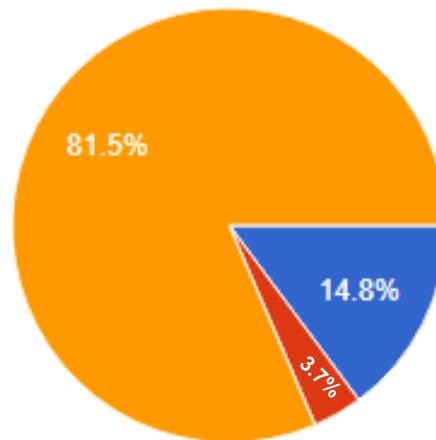
De las 357 personas encuestadas, 314 respondieron que no habían escuchado antes del Orfanato Valle de los Ángeles, lo que en porcentajes es 88 % mientras que, 43 personas, que representan el 12 % de los encuestados sí habían escuchado antes del orfanato. Lo que permite interpretar que, para la mayoría de los encuestados, el Orfanato Valle de los Ángeles era una institución desconocida. Esto podría ser debido a la poca exposición y posicionamiento de marca de la institución.



**Figura 7 - Si su respuesta fue positiva indique porque medio se enteró**

43 respuestas:

● Redes sociales	<b>81.5% (35)</b>
● Medios masivos (televisión, radio, prensa)	<b>14.8% (6)</b>
● Por otra persona	<b>3.7% (2)</b>



Fuente: elaboración propia

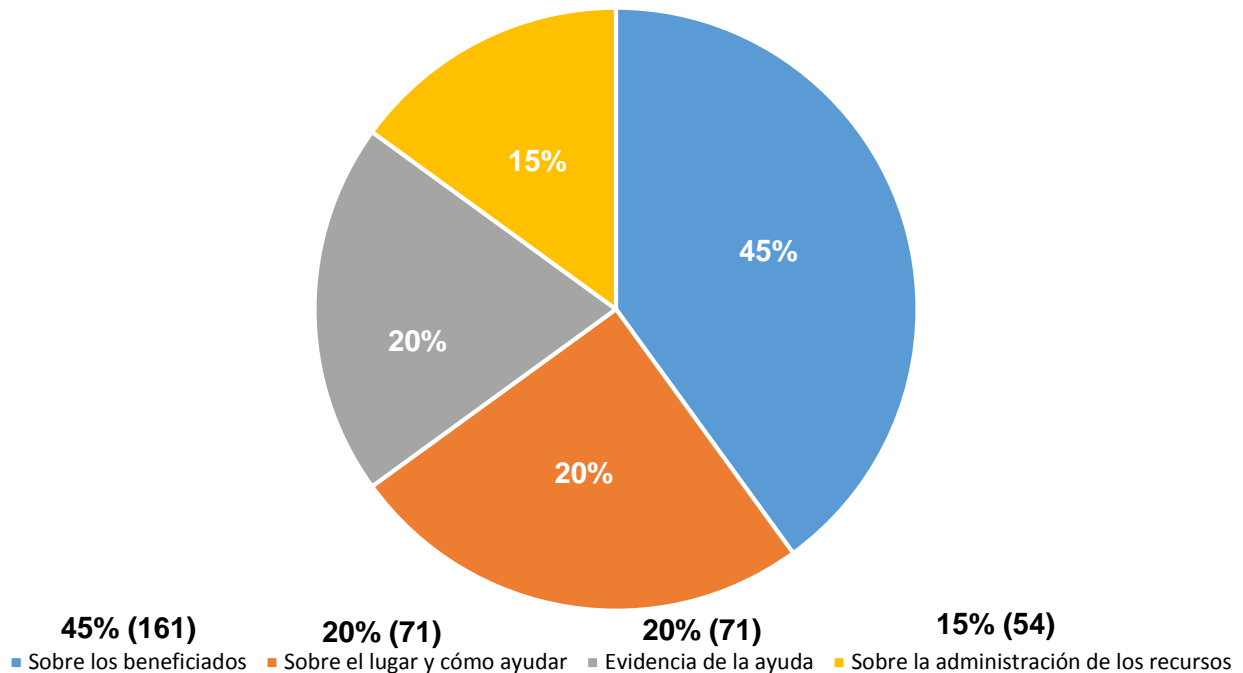
De las 357 personas encuestadas, solamente 43 respondieron que ya habían escuchado del Orfanato Valle de los Ángeles con anterioridad, por lo que se les preguntó por qué medio se habían enterado de la institución, respondiendo el 81.5 % que se habían enterado por otra persona, 14.8% marcó que se enteró por las redes sociales y solamente el 3.7% dijo que se había enterado del orfanato por medio de un medio masivo.

Esto permite interpretar que los medios de comunicación del orfanato no están llegando a su grupo objetivo al igual que las redes sociales no tienen el alcance deseado por la institución.



**Figura 8 – ¿Si usted tomara la decisión de ser donante a una causa benéfica qué tipo de información le gustaría recibir?**

357 respuestas:



Fuente: elaboración propia

En esta pregunta los encuestados tenían la opción de escribir sobre el tipo de información que les gustaría recibir si fueran donantes a la causa benéfica, respondiendo la mayoría que les gustaría informarse sobre los beneficiados y sus condiciones, cómo se encuentran, cómo viven. También respondieron que les gustaría informarse sobre el lugar y las condiciones en las que se encuentra, también respondieron que les gustaría ver evidencia de que la ayuda se esté dando.

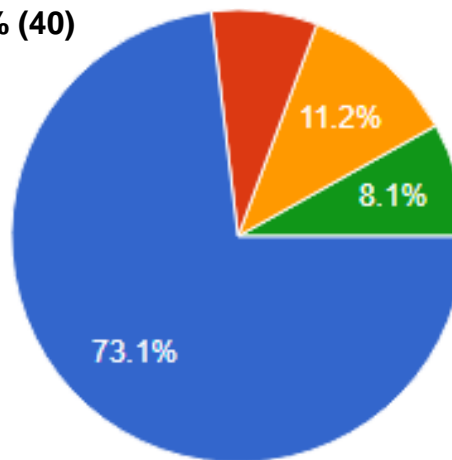
Los encuestados escribieron que les gustaría ver fotos que evidencien que realmente se está cumpliendo con el objetivo y que los recursos sean administrados de la mejor manera, también escribieron que les gustaría informarse sobre cómo se utilizan los recursos de la institución a la que donarían.



**Figura 9 - ¿Por qué medios le gustaría informarse?**

357 respuestas:

- **Redes sociales 73.1% (261)**
- **Medios masivos (televisión, radio, prensa) 7.6% (27)**
- **Correo electrónico 11.2% (40)**
- **WhatsApp 8.1% (29)**



Fuente: elaboración propia

A las 357 personas se les preguntó por qué medio le gustaría informarse si fuera donante a una causa benéfica y 261 personas, el 73.1% respondieron que les gustaría informarse por medio de redes sociales, 40 personas el 11.2% respondieron que, por correo electrónico, 29 personas el 8.1% por medio de *WhatsApp* y 27 personas que representan el 7.6% de los encuestados, respondió que, por medios masivos.

Con base en sus respuestas, a la mayoría le gustaría recibir información de la causa benéfica a la que donen, por medio de redes sociales.



## 1.18 FODA

El análisis FODA es realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una empresa, organización o situación, así como también su evaluación externa como las oportunidades y amenazas. Es una herramienta que se considera sencilla, pero al mismo tiempo permite obtener una perspectiva general de la situación al momento de realizar un proyecto (Talancón, 2006).

El análisis de FODA es una herramienta importante para hacer una evaluación de la situación actual de una empresa, organización o situación basándose en las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de su entorno, también es un método de trabajo que facilita la toma de decisiones, una herramienta creada por Albert S. Humphrey en la Universidad de Stanford en los años sesenta y que sigue vigente en la actualidad (Huerta, 2020).

Según indica Huerta, en su libro *El Análisis FODA o DAFO*, cada sigla de FODA, también llamado DAFO, representa un aspecto a estudiar o establecer, la “F” de fortalezas, la “O” de oportunidades, la “D” de debilidades la “A” de amenazas. La forma gráfica del FODA, es una matriz de cuatro cuadrantes las cuales enlistan las principales características observadas de la empresa, organización o situación que se analiza.

Las fortalezas y debilidades son aspectos internos de la empresa u organización, las fortalezas son aspectos positivos que ayudan al buen funcionamiento de la misma mientras que las debilidades son lo contrario, aspectos negativos los cuales permiten que se presenten problemas.

Por otro lado, las oportunidades son las fuerzas de carácter externo de la empresa u organización que representan elementos potenciales de crecimiento o mejoría. Mientras que las amenazas son lo contrario, pues representan aspectos negativos y potenciales problemas. Lo más importante del análisis FODA es que, al identificar estos aspectos, se pueda llegar a conclusiones específicas que permitan analizar por completo una determinada situación y darle solución (Talancón, 2006).



A continuación, se presenta el FODA del Orfanato Valle de los Ángeles:

**Tabla 2 - FODA**

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ya cuentan con las redes sociales y están en mejora.</li> <li>• Cuentan con una persona encargada de su comunicación</li> <li>• Tienen un diseñador gráfico.</li> <li>• El orfanato cuenta con presupuesto para comunicación.</li> <li>• La página web fue rediseñada.</li> <li>• Tienen una línea gráfica.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Necesitan más donaciones para cubrir los gastos del orfanato.</li> <li>• Hasta este año se comenzó a trabajar el área de comunicación.</li> <li>• Una persona se encarga de todos los aspectos de comunicación, incluso de las redes sociales.</li> <li>• No cuentan con un plan o estrategia de comunicación.</li> <li>• Las redes sociales de la institución no están siendo eficaces.</li> <li>• Los programas de donación no se han dado a conocer lo suficiente.</li> </ul>
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• En Guatemala las personas tienden a ser caritativas.</li> <li>• El proyecto tendrá exposición.</li> <li>• Puede llegarse a más donadores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pocas donaciones.</li> <li>• En lo que va del año, los números del orfanato han salido en rojo.</li> <li>• Las redes sociales de la institución no están llegando al grupo objetivo.</li> <li>• El grupo objetivo desconoce de la institución.</li> </ul> <p>Pandemia por COVID-19.</p>

Fuente: elaboración propia.



## 1.19 Problemas detectados

En la realización de este diagnóstico se identificaron varios problemas de comunicación, especialmente de comunicación externa, estos problemas no permiten cumplir a cabalidad los objetivos del Orfanato Valle de los Ángeles. Estos son los problemas detectados:

- a) Las redes sociales del orfanato no cuentan con muchos seguidores lo que no permite tener el alcance deseado. Al realizar el diagnóstico se detectó que las redes sociales de la institución no están cumpliendo con su objetivo de llegar a más personas pues al momento de realizar la encuesta el grupo objetivo que conocía de la institución no se había enterado de la existencia de la misma por sus redes sociales.
- b) No se cuenta con una estrategia de redes sociales que permita el incremento de seguidores para que la institución se posicione mejor. La institución no se basa en una estrategia de redes sociales para crear y compartir contenido en sus diferentes cuentas, eso hace que no se lleve una guía y línea a seguir y no se logren los objetivos deseados a traves de las redes sociales de Valle de los Ángeles.
- c) El grupo objetivo del orfanato desconoce del mismo por lo que afecta directamente a las donaciones y patrocinios. Según la encuesta realizada al grupo objetivo de la institución, la mayoría desconoce de la institución lo cual se convierte en el peor de los problemas de comunicación detectados en la institución porque al no conocerse, la institución no recibe las donaciones necesarias para seguir a flote.
- d) Las redes sociales no se han utilizado correctamente como medio para llegar al grupo objetivo. Las redes sociales de la institución anteriormente se habían utilizado para compartir contenido netamente religioso, al no tener contenido relacionado con Valle de los Ángeles se pierde el sentido de las mismas.





- e) Hasta hace unos meses no se tenía una línea gráfica. Las redes sociales y página web de la institución no contaban con una línea gráfica lo cual hacía ruido en la experiencia visual del grupo objetivo al ingresar a las mismas.
- f) Las redes sociales no tenían el contenido adecuado para captar la atención del grupo objetivo. Al no contar con contenido que atraiga al grupo objetivo, no ganan seguidores y al no ganar seguidores no se logra llegar a más posibles donadores o patrocinadores que aporten a la institución.
- g) No se tiene una interacción con el grupo objetivo por medio de las redes sociales. Aunque tienen cierta cantidad de seguidores, no se interactúa de forma correcta con el grupo objetivo pues no se realizan publicaciones con interacción como encuestas, preguntas, y así conocer mejor a sus seguidores.
- h) El que una sola persona se encargue de todos los procesos y medios de comunicación hace un tanto más difícil llegar a cumplir con los objetivos pues es demasiado complicado y cargado de trabajo.
- i) No se les ha dado la importancia necesaria a las redes sociales de la institución, esto ha provocado que se vean descuidadas y poco actualizadas.
- j) Las donaciones actuales no están siendo suficientes para cubrir los gastos de la institución, esto afecta directamente al funcionamiento de la institución pues necesitan sufragar los gastos que se generan diariamente.
- k) Necesitan con urgencia llegar a más de su público objetivo. Esto para poder lograr más donaciones y patrocinios que les permita sufragar sus gastos y con ello seguir funcionando con normalidad.



## 1.20 Planteamiento del problema comunicacional

¿La falta de difusión en plataformas virtuales afecta directamente en la falta de donaciones y patrocinios del Orfanato Valle de los Ángeles?

Sí, la baja cantidad de donaciones y patrocinios que tiene el Orfanato Valle de los Ángeles se debe a la falta de exposición en plataformas virtuales.

## 1.21 Indicadores de éxito

Para la implementación y ejecución de la estrategia de comunicación se cuenta con el apoyo humano necesario, así como el tiempo y los recursos. Las principales herramientas para desarrollar el proyecto son:

- a) El orfanato con presupuesto para la comunicación de la institución.
- b) Tienen un diseñador gráfico.
- c) Tienen perfiles en redes sociales y están en mejora.
- d) La página web fue rediseñada.
- e) Tienen una línea gráfica.
- f) Apoyo del personal de la institución.

## 1.22 Proyecto a desarrollar

“Plan de comunicación externa para el Orfanato Valle de los Ángeles”



## Capítulo 2

### Plan Estratégico de Comunicación

#### 2.1 Plan de comunicación:

La estrategia en la comunicación es el plan completo de cómo se trasladará un mensaje, en este caso con la intención de mejorar algún aspecto, problema o deficiencia encontrado durante el diagnóstico. Una estrategia comunicacional tiene como objetivo que la organización se comunique de manera efectiva con el grupo objetivo, y que internamente, el personal que la conforma se comunique de manera efectiva para poder cumplir con sus objetivos como organización. La estrategia es una herramienta de planificación sistemática, integral y coherente.

#### 2.2 Misión del plan

Fortalecer la comunicación de Orfanato Valle de los Ángeles para lograr una mayor exposición de la organización en las redes sociales y lograr una mayor cantidad de donaciones.

#### 2.3 Visión del plan

Valle de los Ángeles como una institución con posicionamiento de marca y miles de seguidores en redes sociales logrando la cantidad de donaciones necesarias para continuar alojando, educando y formando niños guatemaltecos en situación de riesgo y/o escasos recursos, ampliando y modernizando sus áreas y talleres, así como expandiendo su capacidad de alojamiento.



## 2.4 Elementos comunicacionales

### 2.4.1 Comunicación

Comunicación es la actividad en la que se realiza un intercambio de información entre dos o más personas a fin de transmitir mensajes significativos por medio de sistemas comunicativos compartidos, ya sean normas semánticas o signos. Para que la comunicación pueda darse, deben existir los siguientes elementos: emisor, receptor, canal, código, mensaje y situación o contexto (González P. , 2018).

### 2.4.2 Elementos comunicacionales

Los elementos comunicacionales son: emisor, receptor, canal, código, mensaje y contexto.

El emisor es una de las dos partes esenciales del proceso de comunicación junto al receptor, pues el emisor es aquel que envía el mensaje en un código apropiado para ser correctamente recibido y comprendido por el receptor. El emisor también es el sujeto con un objetivo y una razón para ponerse en comunicación, es la fuente de comunicación de la cual parte un mensaje o información. Podría decirse que el emisor es el productor del mensaje y el encargado de expresar las ideas en un código determinado.

En el proceso de comunicación, el emisor determina el tipo de comunicación que debe utilizarse, así como el mensaje, su estructura y los medios utilizables. Por su parte, el receptor es quien recibe el mensaje y el encargado de su decodificación. Se debe tomar en cuenta que el receptor sólo puede captar una cantidad determinada de información en un tiempo determinado. Por lo que, el emisor debe hacer lo posible para mantenerse dentro de esos límites y no saturar al receptor con mensajes.



El mensaje es la información que el emisor transmite al receptor y la vía por la que ese mensaje circula es lo que se llama canal o vía de comunicación, lo cual es una forma de conexión entre la fuente u origen de la comunicación y el receptor de la misma. Este diagnóstico aplicará los elementos: emisor que es el orfanato, receptor que es el grupo objetivo, el canal serán las redes sociales, el internet y el mensaje será pedir donaciones (Greene, 2002).

### 2.4.3 Comunicación organizacional

La comunicación organizacional es la totalidad de los recursos de comunicación de los que dispone una organización para llegar de manera efectiva a sus públicos, en otras palabras, es todo lo que una empresa, institución u organización dice sobre sí misma, se puede definir como la estructura de mensajes formados por símbolos verbales y signos no verbales que se transmiten dinámicamente dentro del marco de una organización. Según el ámbito de aplicación la comunicación organizacional puede ser: interna y externa.

### 2.4.4 Comunicación interna

La comunicación interna se refiere al conjunto de actividades realizadas por organizaciones para la creación y fortalecimiento de buenas relaciones con y entre su personal, esto por medio de acertados medios de comunicación que lo permitan para cumplir los objetivos de la organización.

Es el conjunto de mensajes y actividades que se dan entre los miembros de cualquier organización, utilizando los distintos medios o canales disponibles en la organización, esto con el fin de mantener las buenas relaciones humanas entre el completo personal de la empresa u organización.



#### 2.4.5 Comunicación externa

La comunicación externa tiene como objetivo mejorar la imagen de una empresa o institución y está vinculada a las relaciones de la empresa con los grupos de interés como consumidores, proveedores, accionistas, donadores, patrocinadores y sociedad en general. La comunicación externa es el proceso que se establece entre la empresa y el conjunto de la opinión pública, para informar sobre aspectos de la vida empresarial, que podrían afectar o ser de interés para la sociedad en general.

La comunicación externa se refiere al conjunto de mensajes emitidos por la organización hacia sus diferentes públicos externos que tienen como objetivo mantener y mejorar la relación entre ellos, así como a proyectar una imagen favorable, promover sus productos y/o servicios y tener una mejor respuesta en cuanto a los objetivos como empresa u organización, en el caso de Valle de los Ángeles es la comunicación con los donadores, patrocinadores y voluntarios.

#### 2.4.6 Redes sociales

Las redes sociales son comunidades formadas por diferentes usuarios y organizaciones que se relacionan entre sí por medio de plataformas de Internet. Cada red social tiene sus características y objetivos, así como sus usos particulares. El contenido que se sube debe adaptarse a cada una de las redes sociales dependiendo el formato de la misma (Peiró, 2017).

Las principales características de las redes sociales es que permiten la interacción entre diferentes personas o instituciones y simplifican de forma considerable el proceso de comunicación entre dos o más personas. El uso de redes sociales es gratuito y dan la oportunidad de llegar a miles de personas a través de ellas.



## 2.5 Alcances y límites de la estrategia

Los alcances son:

- a) Menciones en redes sociales.
- b) Exposición en medios de comunicación.
- c) El orfanato cuenta con un diseñador gráfico, así como un encargado de la comunicación del mismo.

Los límites:

- a) Los espacios en los medios de comunicación son complicados y cambiantes dependiendo de la producción de los mismos.
- b) Debe ser una persona del orfanato quien se presente en los medios de comunicación a hablar sobre el proyecto y no cuentan con un vocero.

## 2.6 Metodología para la aplicación de la estrategia comunicacional

Para llegar a este proceso se realizó un diagnóstico previo utilizando el enfoque de investigación mixto pues se utilizaron herramientas tanto del enfoque cualitativo, como del enfoque cuantitativo. Se utilizaron instrumentos como entrevista, observación y documentación para llegar a encontrar un problema que afecta a la organización, el cual es la falta de exposición en redes sociales, así como la falta de posicionamiento de marca que padece la institución.

Se han buscado métodos comunicacionales específicos que pueden darle solución a las necesidades de la institución y es por esto que se ha trabajado una estrategia que busca esencialmente fortalecer las redes sociales de la institución (*Facebook e Instagram*), esto para lograr crecer en número de seguidores en redes sociales, publicar contenido de mayor interés para el grupo objetivo e interactuar de una mejor forma con los mismos.



También se busca darle exposición al orfanato para que pueda lograr un posicionamiento en la mente de las personas que son de su grupo objetivo y así lograr una mayor cantidad de donaciones a la institución cumpliendo tanto con su misión y visión como organización y logrando que la institución pueda seguir funcionando y cubran sus gastos diarios.

### 2.6.1 Objetivos del plan estratégico

Objetivo general:

Fortalecer la comunicación externa del Orfanato Valle de los Ángeles.

Los objetivos específicos de la estrategia son:

- a) Promover los canales de comunicación del orfanato.
- b) Dar a conocer el orfanato en medios de comunicación masivos.
- c) Difundir la comunicación de la institución a los guatemaltecos.

### 2.6.2 Acciones para conseguir los objetivos

- a) Para lograr alcanzar los objetivos planteados se realizarán artes para las redes sociales, estos artes serán enviados a *influencers* los cuales replicarán en sus redes sociales con mayor cantidad de seguidores, invitando a seguir las redes sociales del orfanato.
- b) También se realizará un comunicado de prensa y se buscará espacios en medios de comunicación para que puedan apoyar comunicando en su medio la labor del orfanato.





La estrategia está específicamente pensada en el grupo objetivo de la institución que son jóvenes y adultos mayores de 18 años que tengan ingresos y deseos de donar a la causa benéfica, en su mayoría adultos, con interés en la caridad, y al mismo tiempo, empresas que puedan patrocinar algún tipo de alimento u otro recurso necesario para los niños, su alimentación, educación y formación.

### 2.6.3 Los indicadores para medir su cumplimiento

**Tabla 3 - Indicadores para medir su cumplimiento**

Producto	Indicadores
Estrategia de redes sociales	<ul style="list-style-type: none"><li>• Aumento de seguidores en las redes sociales de la institución (<i>Facebook e Instagram</i>).</li><li>• Mayor interacción en las redes sociales de la Institución.</li></ul>
Gira de medios	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mayores donaciones a la institución.</li><li>• Aumento de seguidores en las redes sociales de la institución.</li></ul>

Fuente: elaboración propia.



## 2.6.4 Los instrumentos

Los instrumentos que se utilizarán en esta estrategia de comunicación serán: artes realizados por el diseñador del orfanato una semana antes de ejecutar la estrategia como tal. Otro instrumento será el comunicado de prensa el cual será la guía para la gira de medios y este se trabajará con el apoyo de la persona que será el vocero de la gira de medios, de igual forma se realizará una semana antes de ejecutarse la estrategia de gira de medios.

## 2.6.5 Actividades para la operatividad de la estrategia

Las principales actividades en esta estrategia son:

### 2.6.5.1 Propuesta 1: post para redes sociales

Se propone realizar 10 artes con la información de las donaciones para que los influenciadores publiquen en sus redes sociales (*Facebook* o *Instagram*).

### 2.6.5.2 Propuesta 2: videos de influenciadores

Se realizarán 20 videos de influenciadores, uno por cada *influencer* para utilizar tanto en redes sociales tanto del orfanato como de los mismos *influencers*.



### 2.6.5.3 Propuesta 3: comunicado de prensa

Redactar un comunicado de prensa que será la guía para solicitar espacio en medios de comunicación masivos.

### 2.6.5.4 Propuesta 4: espacios en noticieros nacionales

Solicitar espacios en noticieros nacionales para una nota periodística sobre Valle de los Ángeles y su labor.

## 2.7 Financiamiento

El financiamiento de la estrategia se cubrirá en un 50% por la institución pues ya cuentan con un diseñador para trabajar los artes y una persona encargada de las redes sociales de la institución que replicará el contenido que se publicará en redes sociales por los *influencers*, el otro 50% de financiamiento será propio de la estudiante del EPS, pues para lograr ejecutar la estrategia a cabalidad se necesitan cubrir los gastos que se enumeran en el presupuesto.



## 2.8 Presupuesto

El presupuesto de esta estrategia de comunicación es:

**Tabla 4 - Presupuesto**

Descripción	Costo
10 diferentes artes por diseñador gráfico profesional.	Q 1,500.00
20 obsequios para <i>influencers</i> .	Q 700.00
Posteos en redes de <i>influencers</i>	Q20,000.00
Espacios en medio de comunicación.	Q10,000.00
Persona encargada de redes de la organización.	Q 3,500.00
<b>TOTAL:</b>	<b>Q35,700.00</b>

Fuente: elaboración propia.

## 2.9 Beneficiarios

Los beneficiarios de la estrategia de comunicación de manera directa, son principalmente los más de 200 niños que se encuentran alojados en el orfanato. De manera secundaria también es beneficiario todo el personal que labora en la institución, pues ellos dependen del buen funcionamiento de la institución, así como de los ingresos del orfanato para mantener su trabajo dentro del mismo.



También se beneficiará Guatemala pues el objetivo del orfanato es educar a los niños para que luego sean buenos ciudadanos. Al igual que la Escuela de Ciencias de la Comunicación y la Universidad de San Carlos de Guatemala pues contarán con una investigación sobre el Orfanato Valle de los Ángeles y material de investigación sobre el diagnóstico de comunicación y el proceso de investigación como tal.

## 2.10 Recursos humanos

- Andrés Sierra, director administrativo del orfanato Valle de los Ángeles.
- Luisa Fernanda Solar, encargada de la comunicación del orfanato Valle de los Ángeles.
- 20 influenciadores de redes sociales quienes compartirán en sus redes sociales información sobre el orfanato.
- Persona encargada de las redes sociales del orfanato, para replicar el contenido.
- Leslie Fabiola Carrillo, estudiante del EPS, encargada de la estrategia.
- Máster Evelin Hernández, supervisora del EPS.
- Máster Marvin Sarmientos, supervisora del EPS.
- Máster Evelyn Morazán, supervisora del EPS.
- Doctor José María Torres, coordinador del EPS.
- Encargados del EPS ECC, USAC 2021.

## 2.11 Área geográfica de acción

El principal Área en la que se realizará el proyecto será en la ciudad de Guatemala, pero llegará a departamentos y municipios del país, así como a otros países, por medio de los medios de comunicación que apoyarán con los espacios.



## 2.12 Cuadro comparativo de la estrategia

**Tabla 5 - Cuadro comparativo de la estrategia**

CUADRO COMPARATIVO ESTRATÉGICO PARA ORFANATO VALLE DE LOS ÁNGELES						
Actividad o producto comunicacional	Objetivos específicos	Presupuesto	Recurso humano	Área geográfica de impacto	Beneficiarios	Fecha de ejecución
Artes en redes sociales	<p>Crear exposición de las redes sociales del orfanato por medio de influencers y así llegar a una mayor cantidad de personas.</p> <p>Mostrar a los guatemaltecos el trabajo del orfanato por medio de sus redes sociales para atraer a más donadores.</p>	Q 2,200	<p>Diseñador gráfico.</p> <p>25 influencers en redes sociales.</p> <p>Persona encargada de la comunicación del orfanato.</p> <p>Leslie Fabiola Carrillo, estudiante del EPS, encargada de la estrategia.</p>	Ciudad de Guatemala.	<p>Niños alojados en el orfanato Valle de los Ángeles.</p> <p>Trabajadores del orfanato Valle de los Ángeles.</p>	Julio - agosto
Gira de medios	Dar a conocer el orfanato en medios de comunicación masivos.	Q13,500	<p>Andrés Sierra, director administrativo del orfanato.</p> <p>Sacerdote Joaquín Mejía.</p>	Ciudad de Guatemala.	<p>Niños alojados en el orfanato Valle de los Ángeles.</p> <p>Trabajadores del orfanato Valle de los Ángeles.</p>	Septiembre



## 2.13 Cronograma del plan de comunicación

**Tabla 6 - Cronograma del plan de comunicación**

DESCRIPCIÓN	JULIO		AGOSTO				SEPTIEMBRE		
Diseños de artes.									
Compra de obsequios para influencers.									
Entrega de obsequio y solicitud de apoyo a influencers.									
Posteos de influencers.									
Solicitud de espacio a medios.									
Gira de medios.									



## Capítulo 3

### Ejecución de la estrategia

#### 3. Informe de la ejecución

##### 3.1 Ejecución: Publicación de contenido del orfanato por *influencers*

Objetivo de la actividad: incrementar seguidores en redes sociales de la institución.

Medio utilizado: redes sociales.

Área geográfica de impacto: Guatemala, ciudad.

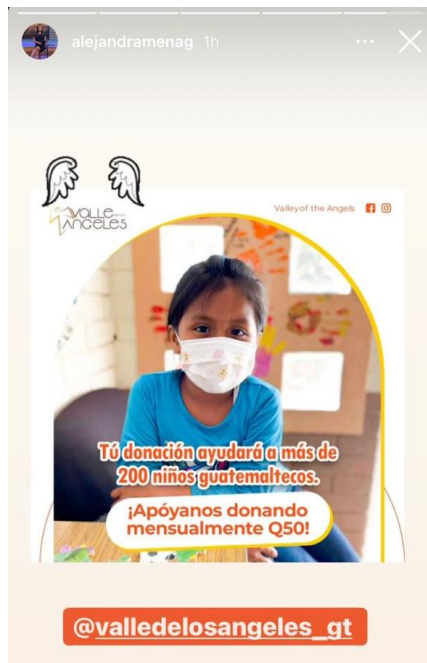
Presupuesto de esta acción: Q2,200.

Comprobación de material:



Arte realizado por el diseñador de la institución para compartir en las redes sociales.





Publicaciones realizadas en redes sociales mencionando a la institución por los presentadores de noticias Alejandra Mena y Pablo Paniagua, las cuales fueron republicadas en la cuenta de Instagram del orfanato Valle de los Ángeles.



Video del presentador de noticias Pablo Paniagua hablando sobre el Orfanato Valle de los Ángeles, publicado en las redes sociales de la institución.

Link:

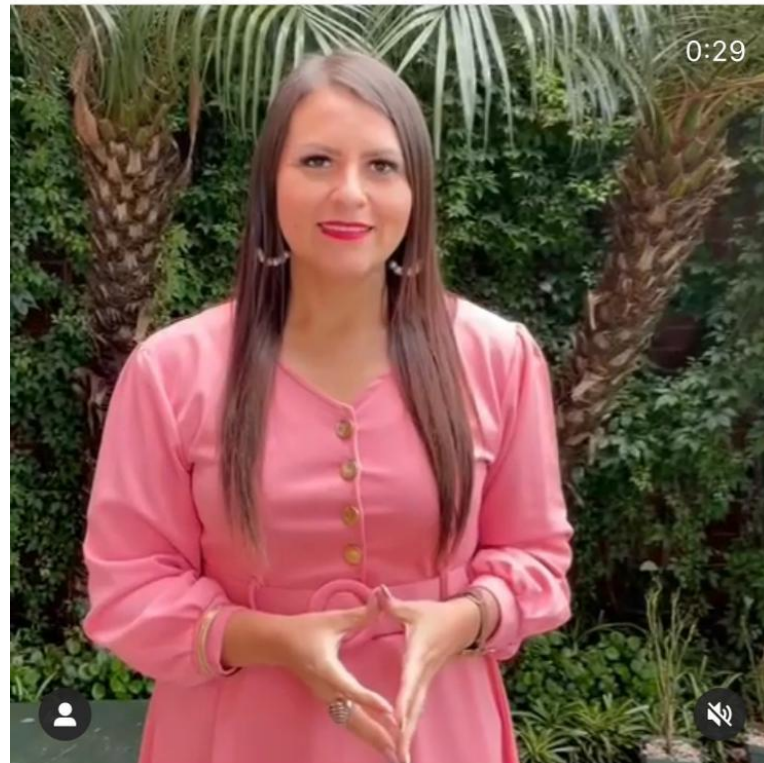
[https://www.instagram.com/p/CR4iNvdDeDs/?utm\\_medium=copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CR4iNvdDeDs/?utm_medium=copy_link)



Publicación realizada en redes sociales mencionando a la institución por la presentadora de noticias Ely Recinos, publicación también republicada en la cuenta de Instagram del orfanato Valle de los Ángeles.



valledelosangeles\_gt



239 reproducciones

valledelosangeles\_gt Gracias @dianalonzogt 🙏🙏

Video de la presentadora de noticias Diana Alonzo hablando sobre el Orfanato Valle de los Ángeles, publicado en las redes sociales de la institución.

Link:

[https://www.instagram.com/p/CSZRaojjbip/?utm\\_medium=copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CSZRaojjbip/?utm_medium=copy_link)



### 3.2 Ejecución: Espacios en medios de comunicación masivos

Objetivo de la actividad: mayor exposición de la institución en el país, llegar a más personas para lograr más donaciones.

Medio utilizado: Televisión.

Área geográfica de impacto: Guatemala, todo el país.

Presupuesto de esta acción: Q13,500.

Comprobación de material:



Carta a medios solicitando espacios en medios de comunicación.



Fotografías del medio TN23 grabando en el Orfanato Valle de los Ángeles.



### 3.3 Actividades y calendarización

#### CRONOGRAMA DE TODAS LAS ACTIVIDADES

No.	Actividad	MESES																			
		Marzo					Abril					Mayo					Junio				
	Descripción	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5
1	Conferencia primera fase Diagnóstico de Comunicación																				
2	Elaboración de la Evaluación Diagnóstica de Comunicación																				
3	Conferencia segunda fase Plan Estratégico de Comunicación																				
4	Elaboración y entrega de plan estratégico de comunicación																				
5	Supervisión en Institución																				
6	Conferencia tercera fase Ejecución Plan Estratégico de Comunicación																				
7	Ejecución del Plan Estratégico de Comunicación																				



### CRONOGRAMA DE TODAS LAS ACTIVIDADES

No.	Actividad	Cronograma														
		Julio					Agosto					Septiembre				
		S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5
1	Conferencia primera fase Diagnóstico de Comunicación															
2	Elaboración de la Evaluación Diagnóstica de Comunicación															
3	Conferencia segunda fase Plan Estratégico de Comunicación															
4	Elaboración y entrega de plan estratégico de comunicación															
5	Supervisión en Institución															
6	Conferencia tercera fase Ejecución Plan Estratégico de Comunicación															
7	Ejecución del Plan Estratégico de Comunicación															





## Conclusiones

Luego de realizar un diagnóstico de comunicación en la institución Valle de los Ángeles, se encontraron diferentes problemas de comunicación, especialmente de comunicación externa, pues los instrumentos de esta investigación permitieron identificar que las redes sociales de la institución necesitan mejoras tanto en el contenido como en la interacción con sus seguidores y en especial, ganar más seguidores.

A los problemas detectados en el diagnóstico de comunicación, se les identificó una posible solución lo cual dio como resultado un plan de acción el cual se llevó a la ejecución. Debido a que se detectó la baja presencia y exposición de la organización tanto en redes sociales como en general se realizó un plan de relaciones públicas iniciando por reforzar las redes de la institución con el apoyo de *influencers* guatemaltecos quienes mencionaron a Valle de los Ángeles en sus redes sociales para atraer a más seguidores.

Debido a que los *influencers* cuentan con una alta cantidad de seguidores y quienes como el termino lo indica, influyen en el resto de población para lograr acciones, se acudió a algunos presentadores de televisión, en este caso, para lograr obtener nuevos y más seguidores en las redes sociales de la institución y dar a conocer la misma a través de las redes sociales.

Como parte de este plan de relaciones públicas también se buscaron espacios en medios de comunicación masivos para llegar a más guatemaltecos y lograr que Orfanato Valle de los Ángeles sea una institución reconocida.

En conclusión, las redes sociales de una institución actualmente son cartas de presentación ante el público en general pues constantemente las personas ingresan a las mismas para tener una referencia de lo que es la empresa o institución como tal y es por ello que se les debe dar total importancia para lograr mejores resultados en cuando a los objetivos deseados.



## Recomendaciones



- a) Seguir creando contenido para las redes sociales de la institución para continuar creciendo en seguidores y en donadores.
- b) Dar seguimiento a las redes sociales de la institución, así como interactuar con sus seguidores para lograr mejores resultados.
- c) Que el contenido que se publique en las redes sociales de la institución sea pensando en los intereses del grupo objetivo para lograr mayor interacción.
- d) Seguir trabajando con *influencers* que donen espacios en sus redes sociales con el fin de lograr más exposición de la institución.
- e) Buscar o crear más estrategias de redes sociales que mejoren la experiencia de los seguidores al ingresar a las redes sociales de la institución.
- f) Seguir buscando espacios en medios de comunicación masivos para posicionar la institución.
- g) Buscar o crear más estrategias de comunicación que permitan lograr mayor exposición de la institución.



## Referencias

- Andrade, H. (2005). *Comunicación organizacional interna*. Netbiobio.
- Arenas, A. C. (2005). *Mapas conceptuales, mapas mentales y otras formas de representación del conocimiento*. Perú: Magisterio.
- Armando Vargas, K. V. (2014). *Diagnóstico de comunicación y elaboración de una estrategia de relaciones públicas comunitarias para la Universidad de Costa Rica*. Costa Rica: Universidad de Costa Rica.
- Arts, I. (s.f.). *Guía de planificación estratégica*. Barcelona, España.
- Bruno, D. (2011). *El diagnóstico de comunicación*. Universidad Nacional de La Plata.
- Castán, Y. (2014). *Introducción al Método Científico y sus Etapas*. Zaragoza: España.
- Cerón, M. C. (2006). *Metodologías de la investigación social*. Santiago, Chile: LOM Ediciones.
- Dallal, A. (2007). *Lenguajes periodísticos*. México: UNAM.
- Espiñeira, P. A. (2010). *La comunicación en las organizaciones en la sociedad del conocimiento*. La Coruña, España: Escuela Universitaria de Relaciones Laborales de A Coruña.
- Gra, J. L. (1993). *Una Metodología de Evaluación de Cadenas Agro-Alimenticias para la identificación de problemas y proyectos*. Moscú: Universidad de Idaho.
- Heinemann, K. (2003). *Introducción a la metodología de la investigación*. Barcelona, España: Paidotribo.
- Huerta, D. S. (2020). *El Análisis FODA o DAFO*. Madrid: Bubok Publishing S.L.
- José Antonio García García, J. C. (s.f.). *Metodología de la investigación, bioestadística y bioinformática en ciencias médicas y de la salud*. México: MC Graw Hill Education.



- Manobanda, C. (2017). *Recopilación de información*. Chimborazo, Ecuador: Universidad de Chimborazo.
- Medina, M. I. (s.f.). *Políticas públicas en salud*. Sinaloa, México.
- Mercado, A. G. (2007). *Manual de técnicas de investigación para estudiantes de ciencias sociales y humanidades*. México: El colegio de México.
- Normand Asuad, C. V. (2014). *Marco Lógico de la Investigación Científica*. México: UNAM.
- Ochoa, M. J. (2021). *Métodos y técnicas de investigación. Métodos y técnicas de investigación*. Guatemala, Guatemala.
- Pérez, R. M. (2011). *Manual de la Metodología de la Investigación Científica*.
- Ramírez, J. C. (2011). *Métodos mixtos de investigación*. Costa Rica: PROMADE.
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la investigación*. México: MC Graw Hill Education.
- Talancón, H. P. (2006). *La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones*. México: Escuela Superior de Comercio y Administración.
- Yerena, M. d. (2000). *Comunicación oral*. México: Pearson.



## E-grafía

- Ángeles, V. d. (2021). *valleyoftheangels.com*. Obtenido de valleyoftheangels.com:  
[www.valleyoftheangels.com](http://www.valleyoftheangels.com)
- Arias, E. R. (10 de Diciembre de 2020). *Econopedia*. Obtenido de Investigación exploratoria:  
<https://economipedia.com/definiciones/investigacion-exploratoria.html>
- Betancourt, D. (2016). *ingenioempresa.com*. Obtenido de ingenioempresa.com:  
<https://ingenioempresa.com/arbol-de-problemas/>
- Cervantes, G. C. (10 de 05 de 2018). *www.emprendices.co*. Obtenido de www.emprendices.co:  
<https://www.emprendices.co/la-importancia-del-clima-de-trabajo-en-las-organizaciones/>
- Comunicación, I. C. (s.f.). *intelligens.com.mx*. Obtenido de intelligens.com.mx:  
<https://www.intelligens.com.mx/el-problema-de-los-rumores-comunicacion-organizacional/>
- Comunicaciones, C. (s.f.). *www.creacomunicaciones.com*. Obtenido de  
www.creacomunicaciones.com: <https://www.creacomunicaciones.com/por-que-importante-diagnostico>
- Content, R. (22 de julio de 2019). *Rock Content*. Obtenido de  
<https://rockcontent.com/es/blog/estrategias-de-comunicacion/>
- Delgado, R. (2015). *creacomunicaciones.com*. Obtenido de creacomunicaciones.com:  
<https://www.creacomunicaciones.com/por-que-importante-diagnostico-comunicacion/>
- DELSOL, o. (s.f.). *www.sdelsol.com*. Obtenido de www.sdelsol.com:  
<https://www.sdelsol.com/blog/pymes/tipos-de-comunicacion-en-la-empresa/>



- Education, J. (s.f.). *fp.uoc.fje.edu*. Obtenido de *fp.uoc.fje.edu*: <https://fp.uoc.fje.edu/blog/que-es-la-comunicacion-no-verbal-y-cuales-son-sus-canales/>
- Figuerola, M. (2016). *sabermetodologia.wordpress.com*. Obtenido de *sabermetodologia.wordpress.com*:  
<https://sabermetodologia.wordpress.com/2016/03/06/analisis-interpretacion-datos/>
- González, A. M. (2009). *www.infosol.com.mx*. Obtenido de *www.infosol.com.mx*:  
[https://www.infosol.com.mx/espacio/Articulos/Desde\\_la\\_Investigacion/El-Diagnostico-Organizacional-elementos.html#.YDHQYRozbIU](https://www.infosol.com.mx/espacio/Articulos/Desde_la_Investigacion/El-Diagnostico-Organizacional-elementos.html#.YDHQYRozbIU)
- González, P. (24 de Abril de 2018). *Un Profesor*. Obtenido de <https://www.unprofesor.com/lengua-espanola/que-es-el-emisor-y-el-receptor-en-la-comunicacion-2490.html>
- Greene, C. (2002). *Elementos de la comunicación*. *greenestudio.com*. Obtenido de *www.conalep.edu.mx*.
- Hamui, A. (2007). *www.elsevier.es*. Obtenido de *www.elsevier.es*: <https://www.elsevier.es/es-revista-investigacion-educacion-medica-343-articulo-la-tecnica-grupos-focales-S2007505713726838>
- INA-PIDTE, C. V. (s.f.). *www.ina-pidte.ac.cr*. Obtenido de *www.ina-pidte.ac.cr*:  
<https://www.ina-pidte.ac.cr/mod/book/tool/print/index.php?id=13057#ch567>
- Innova, E. (s.f.). *www.euroinnova.edu.es*. Obtenido de *www.euroinnova.edu.es*:  
<https://www.euroinnova.edu.es/blog/que-es-la-interpretacion-de-datos#:~:text=La%20interpretaci%C3%B3n%20de%20datos%20es,esclarecer%20la%20toma%20de%20decisiones.>
- law, E. b. (s.f.). *es.eserp.com*. Obtenido de *es.eserp.com*:  
<https://es.eserp.com/articulos/comunicacion-horizontal-vertical-empresa/>



- M. Investigación. (2019). *markainvestigacion.wordpress.com*. Obtenido de *markainvestigacion.wordpress.com*: <https://markainvestigacion.wordpress.com/>
- México, S. d. (2014). *cca.org.mx*. Obtenido de *cca.org.mx*: <https://www.redalyc.org/pdf/141/14131676021.pdf>
- Peiró, R. (octubre de 2017). *economipedia.com*. Obtenido de *economipedia.com*: <https://economipedia.com/definiciones/redes-sociales.html>
- Pro, Q. (s.f.). *questionpro.com*. Obtenido de *questionpro.com*: <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-exploratoria/>
- Rubio, N. M. (2021). *Psicología y Mente*. Obtenido de *psicologiamente.com*: <https://psicologiamente.com/cultura/tipos-tecnicas-investigacion>
- Sanchez, X. (2014). *Tipos de diagnóstico de comunicación*. Obtenido de <https://prezi.com/>: <https://prezi.com/feq2halvfcv0/tipos-de-diagnostico-de-comunicacion/>
- Sánchez, X. (2014). *Tipos de diagnóstico de comunicación*. Obtenido de <https://prezi.com/>: <https://prezi.com/feq2halvfcv0/tipos-de-diagnostico-de-comunicacion/>
- UNESCO. (2017). *www.unesco.org*. Obtenido de *unesco.org*: <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/%20cultural-diversity/diversity-of-cultural%20expressions/tools/policy-guide/planificar/diagnosticar/arbol-de-problemas/#:~:text=El%20%C3%A1rbo1%20de%20problemas%20es,relaciones%20de%20tipo%20causa%2Defecto.&tex>
- Veracruzana, U. (s.f.). *www.uv.mx*. Obtenido de *www.uv.mx*: <https://www.uv.mx/apps/bdh/investigacion/unidad1/investigacion-tipos.html>



## Anexos

Anexo 1: Redes sociales del Orfanato Valle de los Ángeles y cantidad de seguidores:









## Anexo 2: Página web del Orfanato Valle de los Ángeles.

valleyoftheangels.com




**Sobre nosotros**

Valle de los Ángeles es el sueño del padre Rocco hecho realidad. Con su insistencia en dar lo "mejor a los pobres" en lugar de dejarles las "sobras", afirmamos su dignidad humana. Nuestro ambiente prístino refleja la belleza natural de la creación de Dios.

En enero de 1993, abrimos nuestras puertas al primer grupo de 26 niños. Mientras que Valle de los Ángeles se estableció originalmente para educar y cuidar a los niños abandonados, la misión se amplió para incluir a todos los niños pobres. Hoy, alojamos, alimentamos y

valleyoftheangels.com



“

**ENERO 1993**

**Abrimos nuestras puertas al primer grupo de 26 niños huérfanos. Valle de los Ángeles se estableció originalmente para educar y cuidar a niños abandonados, nuestra misión se ha ampliado para incluir a todos los niños que provienen de hogares en riesgo y extremadamente pobres.**

*“Lo mejor para los pobres” / [Padre Rocco](#)*



### Anexo 3: Formato de encuesta.

## Encuesta Orfanato Valle de los Ángeles

El Orfanato Valle de los Ángeles aloja, alimenta y educa a más de 200 niños en estado de riesgo y escasos recursos, uno de sus objetivos es brindarles mejores oportunidades para el futuro. Esta encuesta servirá para apoyar la comunicación del orfanato. Agradecemos su ayuda.

**\*Obligatorio**

¿Qué es lo más importante para usted en una organización sin fines de lucro?

Tu respuesta \_\_\_\_\_

¿Alguna vez ha realizado alguna donación a una organización benéfica?

Sí

No

¿Existen posibilidades que usted sea donante a una causa benéfica? \*

Si

No

Si su respuesta es negativa ¿Por qué?

Tu respuesta \_\_\_\_\_

¿Ha escuchado anteriormente sobre el Orfanato Valle de los Ángeles? \*

Sí

No



Formato de encuesta.

Si su respuesta fue positiva indique porque medio se entero

- Redes sociales
- Medios masivos (televisión, radio, prensa)
- Por otra persona

¿Si usted tomara la decisión de ser un donante a una causa benéfica que tipo de información le gustaría saber? \*

Tu respuesta

---

¿Por qué medios le gustaría informarse? \*

- Redes sociales
- Medios masivos (televisión, radio, prensa)
- Correo electrónico
- WhatsApp



Anexo 4: Cuestionario de la entrevista

<b>Entrevistado/a:</b> <b>Puesto que ocupa:</b> <b>Entrevistador:</b> <b>Fecha:</b> <b>Objetivo:</b>	
Pregunta	Respuesta
¿Cómo está constituido el departamento u oficina de comunicación?	
¿Cómo es el proceso de comunicación que se maneja dentro del orfanato?	
¿Existen estrategias de comunicación dentro del orfanato?	
¿Cuáles son los medios de comunicación que utiliza el orfanato con su público externo?	
¿Qué tipo de formatos considera que tienen mayor relevancia en la comunicación del orfanato? (infografías, audiovisual, impresos, web, artículos escritos)	
¿Si necesitara reforzar algún aspecto de comunicación en el orfanato cuál sería y por qué?	
¿Cuál cree que es el medio de comunicación más eficaz para llegar al grupo objetivo de la institución?	
¿Las redes sociales del orfanato tienen el impacto que el orfanato necesita?	



Anexo 5: Lista de Cotejo, observación.

<b>Lista de cotejo para evaluar los medios de comunicación del Orfanato Valle de los Ángeles</b>				
<b>Indicador</b>	<b>Si</b>	<b>Pendiente</b>	<b>No</b>	<b>Observaciones</b>
Cuentan con página web				
Cuentan con página de Facebook				
Cuentan con perfil de <i>Instagram</i>				
Cuentan con Twitter				
Cuentan con línea telefónica de información				
Cuentan con WhatsApp				



Anexo 6: Escala de rango, observación.

<b>Escala de rango para evaluar la comunicación externa del Orfanato Valle de los Ángeles</b>				
Fecha: 22 de marzo de 2021				
<b>Aspecto</b>	<b>Bueno</b>	<b>En mejora</b>	<b>Malo</b>	<b>Observaciones</b>
Comunicación directa con su grupo objetivo				
Actualización de información en página web				
Contenido y actualización en sus redes sociales				
Seguidores en redes sociales				
Interacción por medio de redes sociales con su grupo objetivo				



Anexo 7: carta a medios.



Guatemala 1 de septiembre de 2021

**CARTA A MEDIOS:**

Valle de los Ángeles es una misión que se inició en 1993 y desde entonces ha trabajado con diferentes generaciones de niños guatemaltecos. Actualmente, Valle de los Ángeles es una institución que alberga, alimenta, educa y brinda todas las necesidades básicas a más de 200 niños guatemaltecos en situación de riesgo en edades entre 6 y 18 años.

Los niños que viven en Valle de los Ángeles aparte de recibir sus estudios formales, reciben clases de música, computación, inglés, panadería, costura y confección, entre otras.

La misión de la institución es alojar, educar y formar integralmente a niños guatemaltecos en situación de riesgo y escasos recursos para convertirlos en ciudadanos preparados, productivos e íntegros para la sociedad.

Valle de los Ángeles se mantiene gracias a las donaciones, las cuales pueden ser monetarias o en especie, es por esto que buscamos dar a conocer el proyecto y encontrar así el apoyo de los guatemaltecos. De antemano agradecemos la ayuda que pueda brindarse para que así pueda seguir cumpliendo con su misión y labor.

Atentamente,

Leslie Fabiola Carrillo

Epesista de licenciatura en comunicación

Escuela de Ciencias de la Comunicación USAC.

**Más información sobre Valle de los Ángeles:**

Página web: <https://www.valleyoftheangels.com>

Página de Facebook: <https://www.facebook.com/valleyoftheangels/>

Instagram: [https://www.instagram.com/valledelosangeles\\_gt/](https://www.instagram.com/valledelosangeles_gt/)

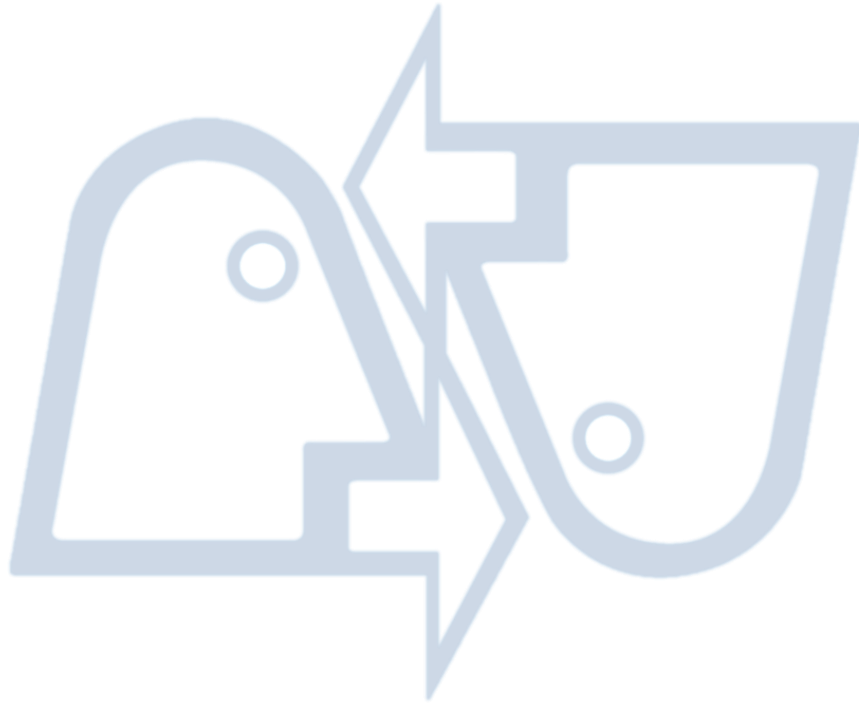
Donaciones: <https://www.valleyoftheangels.com/donar-gt>



Anexo 8: fotografías del medio TN23 grabando en el Orfanato Valle de los Ángeles.







**Comunicación**  
*creando futuro*