

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Tesis

**"SITUACIÓN DE LA UNIDAD DE INFORMACIÓN PÚBLICA Y  
MOVILIZACIÓN DE RECURSOS DEL PROGRAMA MUNDIAL DE  
ALIMENTOS"**

Presentada por

**KELLY MARLEN ESTRADA REYES**

Previo a optar el título de

**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**Asesor**  
Lic. César Paiz

Guatemala, septiembre de 2007

DL  
16  
T(581)

**DIRECTOR**

Lic. Gustavo Bracamonte Cerón

**COMISIÓN DIRECTIVA PARITARIA**

**Representantes Docentes**

Lic. Sergio Morataya  
Lic. Víctor Carillas

**Representantes de los Egresados**

Lic. Marcel Arévalo

**Representantes Estudiantiles**

Lic. Edgar Hernández  
Lic. Estevens Mencos

**SECRETARIA**

Licda. Miriam Isabel Yucuté

**TRIBUNAL EXAMINADOR**

Lic. César Paiz (Presidente)  
M.A. José María Torres  
M.A. Silvia Búcaro  
Lic. Ismael Avendaño  
Lic. Mario Toje  
M.A. María del Rosario Estrada (Suplente)



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

Guatemala, 04 de septiembre de 2006  
Dictamen Aprobación 426-2006  
CT-Akmg

Señorita  
Kelly Marlen Estrada Reyes  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Presente

Estimada señorita Estrada:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Comisión de Tesis en el punto 2.17 el punto Dos del Acta 09-2006, de sesión celebrada el 31 de agosto de 2006.

**Dos 2.16** Comisión de Tesis ACUERDA: a) Aprobar a la estudiante Kelly Marlen Estrada Reyes, carné 9910397; el proyecto de tesis "Situación de la unidad de información pública y movilización de recursos del programa mundial de alimentos". b) Nombrar como asesor (a) a: Asesor Lic. César Paiz.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

  
M.A. Aracely Mérida  
Coordinadora  
Comisión de Tesis



Akmg/  
c.c. Comisión de Tesis



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

Guatemala, 14 de junio de 2007  
ECC 580-07

Señor (a) (ita)  
**Kelly Marlen Estrada Reyes**  
Esc. Ciencias de la Comunicación

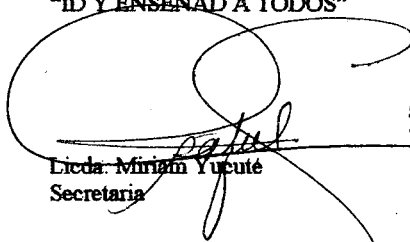
Estimado(a) Señor (a)(ita):

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por El Consejo Directivo, en el Inciso 31.6 del Punto TRIGÉSIMO PRIMERO del Acta Extraordinaria No. 18-07, de sesión celebrada el 29-05-07.

“TRIGÉSIMO PRIMERO:....31.6... El Consejo Directivo, con base en el dictamen favorable y lo preceptuado en la Norma Séptima de las Normas Generales Provisionales para la Elaboración de Tesis y Examen Final de Graduación vigente, ACUERDA: 1) Nombrar a los profesionales: Lic César Paiz, (Presidente), M.A. José María Torres y Licda. Silvia Búcaro, para que integren el Comité de Tesis que habrá de analizar el trabajo de tesis del (a) estudiante **KELLY MARLEN ESTRADA REYES**, Carné No. 199910397, cuyo título es: **SITUACIÓN DE LA UNIDAD DE INFORMACIÓN PÚBLICA Y MOVILIZACIÓN DE RECURSOS DEL PROGRAMA MUNDIAL DE ALIMENTOS**. 2) El comité contará con quince días calendario a partir de la fecha de recepción del proyecto, para dictaminar acerca del trabajo.”


Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

  
Licda. Miriam Yucuté  
Secretaria



MY/csg

  
10/07/07



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

**APROBACIÓN TERNA REVISORA**

Guatemala,

Señores  
**CONSEJO DIRECTIVO**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Edificio

Distinguidos Señores:

Atentamente informamos a ustedes que el (la) estudiante Kelly Marlen Estrada  
Reyes Carné 9910397

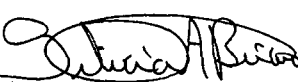
Ha realizado las correcciones y recomendaciones a TRABAJO DE TESIS, cuyo título es:  
"SITUACIÓN DE LA UNIDAD DE INFORMACIÓN PÚBLICA Y MOVILIZACIÓN DE  
RECURSOS DEL PROGRAMA MUNDIAL DE ALIMENTOS"


En virtud de lo anterior, se emite **DICTAMEN FAVORABLE**, a efecto de que pueda continuar con el trámite correspondiente.

Atentamente,

**"ID Y ENSEÑAD A TODOS"**

  
Miembro Comisión Revisora  
M.A. José María Torres

  
Miembro Comisión Revisora  
Licda. Silvia Búcaro

  
Presidente Comisión Revisora  
Lic. César Paiz

Cc. Archivo

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
Biblioteca Central

Edificio M2.  
Ciudad Universitaria, zona 12.  
Teléfonos: (502) 2476-9226  
(502) 2443-9500 extensión 1478  
Fax: (502) 2476-0938



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

Guatemala, 06 de septiembre de 2007.  
ECC 1,015-07

Señor (a) (ita)  
**Kelly Marlen Estrada Reyes**  
Esc. Ciencias de la Comunicación

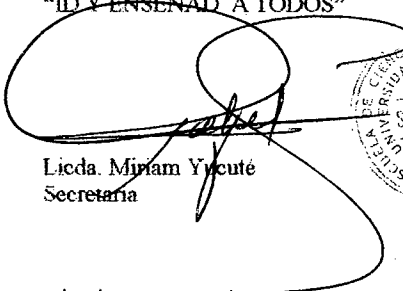
Estimado (a) Señor (a) (ita):

Para su conocimiento y efectos me permito transcribir lo acordado por El Consejo Directivo, en el Inciso 17.8 del Punto DÉCIMO SÉPTIMO del Acta Extraordinaria No. 32-07 de sesión celebrada el 30-08-07.

“DÉCIMO SÉPTIMO:...17.8...El Consejo Directivo, ACUERDA: a) Conceder una dispensa única por esta vez, a los estudiantes que están pendientes de examen de tesis cuyo proceso iniciaron antes de la publicación del nuevo Reglamento, con base en el Título III, Capítulo 26 del Reglamento para la Realización de Tesis de Grado, que señala que el nuevo Reglamento entrará en vigencia a partir de su publicación. Por lo tanto, a los estudiantes que inicien su proceso de tesis a partir de septiembre de 2007, se les aplicará el nuevo Reglamento. b) Solicitar de manera atenta a la Coordinación de la Comisión de Tesis, se sirva indicar en cada una de las solicitudes de fecha de examen y nombramiento de Tribunal Examinador, si le corresponde el antiguo o nuevo Reglamento. c) Aprobar el trabajo de tesis titulado: “SITUACIÓN DE LA UNIDAD DE INFORMACIÓN PÚBLICA Y MOVILIZACIÓN DE RECURSOS DEL PROGRAMA MUNDIAL DE ALIMENTOS”, presentado por el (la) estudiante **Kelly Marlen Estrada Reyes**, Carné No. 199910397, con base en el dictamen favorable del comité de tesis nombrado para el efecto; d) Se autoriza la impresión de dicho trabajo de tesis; e) se nombra a los profesionales: Lic. Ismael Avendaño, Lic. Mario Toje y M.A. María del Rosario Estrada (suplente), para que con los miembros del Comité de Tesis, Lic. César Paiz (Presidente), M.A. José María Torres y M.A. Silvia Búcaro, para que integren el Tribunal Examinador y f) Se autoriza a la Dirección de la Escuela para que fije la fecha del examen de graduación.”

Atentamente,

“DID Y ENSEÑAD A TODOS”

  
Licda. Miriam Yucuté  
Secretaría



MY/csg

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

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

## DEDICATORIA

**A Dios:**

Por haberme dado la oportunidad  
de concluir mis estudios.

**A mis padres:**

Por brindarme su amor y su apoyo.  
Gracias porque sino fuera por ustedes,  
por esas ganas de sacarnos adelante  
a mis hermanos y a mi nosotros no  
hubiéramos logrado ser lo que somos ahora.

**Edgar Estrada y  
Graciela de Estrada**

**A mis abuelitos:**

Por sus sabios consejos y por siempre  
estar pendientes de mí.

**Quique, Cheli y Silvia**

**A mis hermanos:**

Por su paciencia y apoyo.

**Marlon, Mónica y  
Stephanie**

**A mi amorsoote:**

Por darme aliento para seguir adelante,  
por comprenderme, apoyarme y  
darme tu amor. Te amo.

**Erick Roma**

**A:**

Con mucho cariño.

**Tíos y primos**

**A mis amigos:**

Gracias por brindarme su amistad.

**Liz, Mario y Ludving**

**A:**

Por ayudarme en la elaboración de este trabajo.

**Lic. César Paiz, Licda.  
Lesvia Morales y M.A.  
Aracelly Mérida**

**A:**

Por ayudarme en todo lo que necesite.

**PMA: Duilio Pérez,  
Elizabeth Sagastume,  
Rossella Bottone, Oscar  
de León, Hugo Rodríguez  
y Krisel Barillas**

**A:**

Por abrirme sus puertas.

**USAC y ECC**



# ÍNDICE

	Página
INTRODUCCIÓN	1
<b>CAPÍTULO 1</b>	
<b>MARCO CONCEPTUAL</b>	
1.1 Título del Tema	2
1.2 Antecedentes	2
1.3 Justificación	2
1.4 Planteamiento del Problema	3
1.5 Alcances y Límites	3
<b>CAPÍTULO 2</b>	
<b>MARCO TEÓRICO</b>	
2.1 Definición de Comunicación	4
2.2 Proceso de Comunicación	4
2.3 Comunicación Organizacional	4
2.3.1 Comunicación Interna	5
2.3.2 Comunicación Externa	5
2.4 Comunicación Social	6
2.5 Técnicas de Comunicación Externa	6
2.5.1 Conferencias	6
2.5.2 Exposiciones	7
2.5.3 Congresos	8
2.5.4 Convenciones	8
2.5.5 Asamblea	9
2.5.6 Panel	9
2.5.7 Foro	9
2.5.8 Mesa Redonda	9
2.5.9 Simposio	9
2.5.10 Mecenazgo	10
2.5.11 Esponsoring o Patrocinio	10
2.6 Definición de Relaciones Públicas	10
2.7 Función de las Relaciones Públicas	11
2.8 Importancia de las Relaciones Públicas	11
2.9 Proceso de las Relaciones Públicas	12
2.9.1 Investigación	12
2.9.2 Planificación	12
2.9.3 Comunicación	13
2.9.4 Evaluación	13
2.10 El Departamento de Relaciones Públicas	13
2.11 Relaciones Públicas en Guatemala	14
2.12 Organizaciones Internacionales Intergubernamentales	14
2.13 Organizaciones Internacionales No Gubernamentales (ONG'S)	14
2.14 Origen y Desarrollo de la ONU	15
2.15 Organización de la ONU	15
2.16 El Papel de las Naciones Unidas	16

2.17	Organismos y Agencias	16
2.18	¿Qué es el PMA?	17
2.19	Historia	18
2.20	Funciones	18
2.21	Misión del PMA	19
2.22	Visión del PMA	19
2.23	Objetivos	19

### CAPÍTULO 3 MARCO METODOLÓGICO

3.1	Método o Tipo de Investigación	21
3.2	Objetivos	21
3.3	Técnicas	21
3.4	Instrumentos	21
3.5	Población	22
3.6	Muestra	22

### CAPÍTULO 4 MARCO OPERATIVO

4.1	Análisis de Resultados	23
4.2	Propuesta de Técnicas de Comunicación Externa para el Programa Mundial de Alimentos (PMA)	34
4.2.1	Análisis de la Situación	34
4.2.2	Grupo Objetivo	35
4.2.3	Descripción de la Propuesta	35
4.3	Conclusiones	38
4.4	Recomendaciones	39
	Bibliografía	40
	Fuentes	41
	Anexos	42

## INTRODUCCIÓN

Cualquier persona necesita de una alimentación sana, para subsistir y lograr el desarrollo de un país, pero no todos tienen acceso a ella.

En la actualidad, existe suficiente comida para todo el mundo, pero a pesar de ello, una de cada siete personas sufre de hambre, debido a los desastres naturales provocados por el hombre, la naturaleza y la pobreza. A raíz de este problema, surge el Programa Mundial de Alimentos (PMA), Organismo Internacional de las Naciones Unidas. Ésta institución tiene como objetivo erradicar la pobreza y el hambre.

El PMA en Guatemala se inició en 1971, en el Marco del Acuerdo Básico, firmado entre el gobierno y el PMA. La asistencia alimentaria que brinda esta institución se lleva a cabo en 200 municipios, entre ellos, los que se encuentran en pobreza extrema y alta vulnerabilidad.

Debido a la importancia de promover el que hacer de la institución y dar a conocer el problema del hambre, es necesario, hacer uso de la comunicación externa, entendida como el conjunto de mensajes emitidos a los públicos externos, mediante técnicas de comunicación como reuniones, congresos y conferencias entre otras.

Dentro del marco conceptual se explica la razón que motivo a realizar esta investigación, se describe el problema, los alcances y límites.

En el marco teórico se expone lo que es la comunicación externa, las relaciones públicas en Guatemala, su función y su importancia, se describen las técnicas de comunicación externa, el origen y desarrollo de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), los organismos y agencias que la conforman, ¿qué es el PMA? , su historia, funciones y objetivos.

Luego en el marco metodológico se detalla el tipo de investigación que se utilizó, los objetivos que se propusieron para lograr esta investigación y las técnicas e instrumentos que se emplearon para recabar la información necesaria, y en base a ello, se presentan los resultados de la investigación y la propuesta de comunicación.

## CAPÍTULO 1 MARCO CONCEPTUAL

### 1.1 Título del Tema:

"Situación de la Unidad de Información Pública y Movilización de Recursos del Programa Mundial de Alimentos"

### 1.2 Antecedentes:

Al implementar programas de relaciones públicas, es importante verificar cuáles son los medios y técnicas adecuadas para cumplir con los objetivos.

Según Koonts y O'Donnell (citado por Pellecer Barraza, 1998), una de las causas de los problemas de comunicación, es la elección de técnicas equivocadas.

Para esta investigación se verificaron varias tesis relacionadas con el tema, entre ellas:

El proceso de la comunicación externa que desarrolla la Corte Suprema de Justicia y el Organismo Judicial (análisis y propuesta), tesis elaborada por Luis Armando Matute Iriarte en 1999, en la cual presenta un estudio de la comunicación que existe entre el Organismo Judicial y la Corte Suprema de Justicia con su público, luego hace una propuesta para actualizar la oficina de Relaciones Públicas que cumpla con las funciones de comunicación necesarias.

Francis Annabella Urbina Álvarez en 2005 desarrolló la tesis "Diagnóstico y Propuesta de Comunicación Externa del Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza -CATIE- Guatemala, en donde se determinaron las necesidades de información del público para luego, divulgar el quehacer de la institución en el ámbito nacional.

Otra investigación es la tesis de Karla García de la Cruz titulada "Situación de las Relaciones Públicas en el Tribunal Supremo Electoral". García menciona que las relaciones públicas "comprende el conjunto de técnicas y métodos de comunicación".

### 1.3 Justificación:

En el país, la mayoría de personas desconocen el problema del hambre que afecta a 80 países en vías de desarrollo y ésta, es la situación que a más personas mata en el mundo.

Los comunicadores sociales, son los entes principales de la sociedad y a ellos corresponde la labor de realizar una adecuada investigación y planificación, para luego dar a conocer a la población los problemas que los afectan, entre ellos el problema del hambre, a través de la comunicación externa institucional.

Este estudio pretende identificar y describir las diferentes técnicas de comunicación externa, con el fin de que las instituciones públicas o privadas, gubernamentales o no gubernamentales, las tomen en cuenta al momento de implementar estrategias de relaciones públicas y que las empleen de acuerdo a sus objetivos.

#### **1.4 Planteamiento del Problema:**

El PMA (Programa Mundial de Alimentos), es la organización de ayuda alimentaria, que combate el hambre en países en vías de desarrollo. Sus recursos provienen de las aportaciones voluntarias de bienes, servicios y dinero de la comunidad internacional, organizaciones gubernamentales, no gubernamentales.

Con el fin de dar a conocer el PMA, ésta institución a nivel mundial decidió, a finales de los años 90 asignar a una persona para el área de información, pero en Guatemala fue hasta el año 2006 que se inició como Unidad de Información Pública. Este departamento ha empleado varias técnicas de comunicación con el propósito de fomentar el conocimiento del problema del hambre y promover el trabajo que realiza y éstas son una buena herramienta para dar a conocer los problemas que afectan a la sociedad y difundir el quehacer de cualquier organización, pero para identificarlas y describirlas es necesario conocer ¿Cuál es la situación de la Unidad de Información Pública y Movilización de Recursos del Programa Mundial de Alimentos?

#### **1.5 Alcances y Límites:**

##### **Alcances:**

Con ésta investigación se identificaron y describieron las técnicas de comunicación externa que utiliza la Unidad de Información Pública y Movilización de Recursos del PMA. De acuerdo a los resultados que se obtuvieron de las entrevistas y las encuestas, se presentó una propuesta con nuevas técnicas que pueden ser empleadas por el Programa Mundial de Alimentos o cualquier otra organización.

##### **Límites:**

La población objeto de estudio, fue el personal que labora en la Unidad de Información y Movilización de Recursos, del Programa Mundial de Alimentos. La sede del PMA en Guatemala se encuentra ubicada en la ciudad capital, 13 calle 8-44, zona 10, Edyma Plaza, oficina 401. Organizaciones gubernamentales y no gubernamentales que trabajan en conjunto con el PMA y asimismo, beneficiarios de municipios del departamento de Sololá, uno de los más afectados por la tormenta Stan.

## CAPÍTULO 2 MARCO TEÓRICO

### 2.1 Definición de Comunicación

Según Martínez de Velasco (1988, p.12) "La comunicación es una manera de establecer contacto con los demás por medio de ideas, hechos, pensamientos y conductas, buscando una reacción al comunicado que se ha enviado".

Quiná Roquel (2006, p.7) integró los pensamientos de varios autores y definió la comunicación como "El proceso por medio del cual una persona, un grupo, o cualquier ente que interactúa en la sociedad, transmite un mensaje, una idea, un problema, a través de un medio apropiado a otra persona, a un grupo de personas, a una organización o a cualquier ente de la sociedad para que reaccione ante el mensaje transmitido y responda su reacción transmitiendo su propio mensaje".

En conclusión la comunicación es el intercambio de mensajes que se da entre las personas que transmiten el mensaje y las que lo reciben, esperando que estas últimas respondan o reaccionen al mensaje.

### 2.2 Proceso de Comunicación

El proceso de comunicación consta de varios elementos, entre ellos:

- Emisor: persona que se encarga de comunicar una idea, pensamiento, etc.
- Mensaje: es el contenido (ideas, pensamientos) que se quieren transmitir.
- Medio: son los vehículos o canales a través de los cuales enviamos el mensaje.
- Receptor: persona que recibe e interpreta el mensaje transmitido por el emisor.
- Retroalimentación: este es el elemento esencial en todo proceso de comunicación, y es la respuesta negativa o positiva del receptor al mensaje enviado por el emisor.

### 2.3 Comunicación Organizacional

"Conjunto de mensajes que emite una organización, hacia sus públicos internos o externos. El fin primordial de esta comunicación es crear y modificar una actitud positiva de la institución". Arrieta L. (citado por Martín Martín, 1999).

Con respecto a la comunicación organizacional, Martín Martín (1999) define esta comunicación como la "coordinación, difusión y control de cualquier mensaje que se produce en la organización y que afecta a un grupo determinado y se transmite a través de técnicas o medios de comunicación".

Según el Informe de UNESCO sobre la Comunicación en la Sociedad Moderna (citado por Matute Iriarte, 1999), la comunicación organizacional es "el sistema de intercambio de informaciones, ideas y conocimientos que se establece entre las instituciones públicas y privadas, nacionales e internacionales, por un lado, y su público real y virtual, por el otro".

Para esta investigación definiremos la comunicación organizacional como el conjunto de técnicas orientadas a facilitar el flujo de mensajes que se intercambian entre la organización y sus públicos externos influyendo en sus opiniones, actitudes y conductas, para poder lograr sus objetivos.

La comunicación organizacional se divide en 2:

### 2.3.1 Comunicación Interna:

"Conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para mantener buenas relaciones con y entre sus miembros". Andrade (citado por Martín Martín, 1999).

Ésta comunicación tiene como función, mantener informadas y motivadas a las personas que laboran dentro de la organización, sin importar su jerarquía, ya que ellas son fuente importante para transmitir una imagen positiva hacia el exterior, pero antes de que se genere alguna información de la organización hacia el exterior, primero, se debe informar al personal del trabajo que realiza la institución, para crear opiniones favorables.

En este caso la comunicación interna es la que se da entre la organización, es decir, el Programa Mundial de Alimentos y sus empleados para mantenerlos integrados e informados de las actividades que realiza la institución para contribuir al logro de sus objetivos.

### 2.3.2 Comunicación Externa:

Para Andrade (citado por Martín Martín, 1999), la comunicación externa es el "Conjunto de mensajes emitidos por la organización hacia los públicos externos encaminados a promover sus actividades".

La comunicación externa es una comunicación persuasiva que tiene como objetivo contar con la aceptación y simpatía de sus públicos para poder desarrollar sus objetivos económicos y sociales.

Dentro de ésta comunicación uno de los instrumentos básicos es la investigación social, ya que a través de ella se puede obtener información confiable acerca de lo que piensa y conoce nuestro público externo de la organización, lo que permitirá implementar estrategias adecuadas para cumplir con los objetivos que se quieren alcanzar.

"La importancia de este tipo de comunicación radica, en que es a través de ella que la institución entra en contacto con su medio ambiente, y precisamente de éste medio es de donde la organización obtiene los insumos necesarios para el desarrollo de sus funciones". Muriel y Rota (citado por Urbina Álvarez, 2005)

De acuerdo con esta investigación es la comunicación que se da entre el PMA, los donantes y público en general, con el fin de dar a conocer a la institución y obtener su apoyo.

## **2.4 Comunicación Social**

La comunicación social es el proceso de comunicación que se lleva a cabo, con el fin de dar a conocer un problema social, en este caso el problema del hambre y la pobreza extrema, a través de los diferentes medios de comunicación, para poder conseguir el apoyo económico o de bienes y servicios de donantes o público en general, y así cumplir con su misión.

Ésta comunicación se caracteriza por plantear un problema cotidiano de la sociedad y tiene como finalidad hacer un cambio en ella a través del mensaje que se envía.

En este tipo de comunicación es importante mantener una continua interacción con los diferentes públicos externos, para generar confianza y apoyo mutuo. Además, no solo para que estén informados de la situación sino para que sepan en que se están invirtiendo sus donaciones.

## **2.5 Técnicas de Comunicación Externa**

Son las actividades que se llevan a cabo para promover, mejorar la imagen y las relaciones de la institución con sus diferentes públicos externos. Dentro de las técnicas de comunicación externa se encuentran las conferencias, exposiciones, congresos, convenciones, entre otras.

### **2.5.1 Conferencias**

Las conferencias son parte de las actividades de relaciones públicas y son una gran oportunidad para demostrar eficacia en el trabajo. En una conferencia es importante tratar solo un tema para que tenga mejores resultados.

Según Marroquín Jiménez (2002) la conferencia es el "tipo de reunión que consta de dos etapas, en la etapa inicial el expositor habla sobre el tema a disertar y al final el público le hace preguntas".

Dentro de los objetivos que persigue la conferencia se encuentran:

- Identificar alguna problemática,
- encontrar solución a un problema,
- motivar al grupo y
- presentar información de manera formal y directa.



La facilidad para presentar sin interrupciones amplios contenidos y la rapidez con que se transmite la información son algunas de sus ventajas.

Una de las conferencias que más se realizan son las **conferencias de prensa** que son el uso gratuito de los medios de comunicación, y tienen como fin primordial dar información completa, nueva y de calidad.

Para este tipo de conferencia es importante tomar en cuenta si realmente existe una noticia de interés tanto para los medios de comunicación como para el público y saber que no hay posibilidad de verificar la forma en que la noticia será transmitida.

La conferencia de prensa permite entablar relaciones entre la organización y los medios de comunicación, así como la oportunidad de que los reporteros planteen preguntas de acuerdo a sus necesidades específicas de información, lo cual evitará la mal interpretación de la misma.

#### 2.5.2 Exposiciones

Marroquín Jiménez (2002), define la exposición como una "reunión de un grupo grande de expositores, ya sea de un mismo sector o diferente, con la finalidad de vender o exhibir productos o servicios".

"La exposición se puede definir como el procedimiento de información que cumple con la doble función de posibilitar que el público entre en contacto con la empresa, el organismo, el sector económico o la nación que la organiza y a éstos de ganarse la confianza y consideración del público". C. Lougovoy y M. Linon (citado por Antona Illanes, 1991)

La Biblioteca esencial del ejecutivo (2003), menciona que la exposición "da a la organización o empresa la oportunidad de enviar un mensaje al público e informar sobre su trabajo".

El propósito de la exhibición es persuadir, educar o promover una imagen, esto permitirá dar a conocer a la organización y su trabajo en forma personalizada.

En una exposición se necesita tener un buen stand, que sea original y llamativo. Para lograr el éxito, al planear una exposición es necesario, tomar en cuenta varios factores, entre ellos:

- El público ¿Reaccionará ante nuestro stand? ¿Es llamativo?
- El mensaje ¿Es creíble y factible? ¿Proyecta una imagen adecuada al público?
- Cómo comunicar mejor el mensaje de la imagen ¿Es directo y sencillo?  
¿Le interesa al público?

Las exposiciones se pueden clasificar en:

- Vertical: en este tipo de exposición solo existe un tipo de producto. Ejemplo: una feria de calzado.
- Horizontal: exposición ferial comercial. Ejemplo: la feria del comercio
- Propaganda: tipo de exposición en donde se presentan ideas.

### 2.5.3 Congresos

"Son las reuniones cuyo propósito es impartir e intercambiar información y opiniones, identificar situaciones y encontrar soluciones a los problemas". Cravioto Magallón (1991)

En los congresos se desarrollan varias plenarios. La plenaria inaugural es la que se expone la finalidad del evento y los problemas de interés general que se tratarán. La sesión plenaria en donde se estudian y presentan trabajos preliminares y la sesión plenaria final que sirve para elaborar las conclusiones y documentos finales.

Para Noguero Antonio (1996, p.155) el congreso es una "Reunión de personas que mantienen una afinidad común basada en actividades que comparten, y que llevan a cabo mediante una participación coloquial; así como una serie de actos que facilitan la cohesión del grupo con el fin de promocionar los intereses mayoritarios de los participantes".

Este tipo de técnica es utilizada para desarrollar e impulsar una política de objetivos deseables por parte de un grupo y sus líderes.

Durante un congreso se hace uso de cinco elementos fundamentales: charla, discurso, conversación, reunión y entrevista.

### 2.5.4. Convenciones

Son eventos de comunicación cuyo objetivo es divulgar y desarrollar ideas o pensamientos, y pueden estar integradas por personas que ejercen una misma profesión o que comparten un mismo interés colectivo. Frecuentemente se realizan convenciones estatales, locales, nacionales e internacionales que pueden durar varios días.

"Las convenciones constituyen la reunión anual de una institución o empresa y pueden incluir sesiones generales, juntas de comité y sesiones de interés especial". Kotler et al (1997)

De acuerdo con Cravioto Magallón (1991, p.24) "los congresos y convenciones funcionan a la manera de un grupo organizado para la consecución de un fin común, y su característica principal es la homogeneidad de sus integrantes".

#### 2.5.5. Asamblea

Es una reunión formal donde participan delegaciones representativas de grupos, estados o países.

Colocar en debate asuntos de interés es su principal característica y su objetivo son las conclusiones, que luego serán sometidas a votación.

#### 2.5.6 Panel

Es una técnica derivada de la mesa redonda en donde un grupo de personas expone en forma de diálogo un tema. Su característica es que no se da un debate entre los expositores y no hay posibilidad de formular preguntas. Su duración es de 60 minutos.

#### 2.5.7 Foro

Las personas que participan deben tener la necesidad de sensibilizar a la opinión pública sobre ciertos problemas sociales.

En este tipo de reunión debe existir un coordinador, que se encargará de recolectar las opiniones de los participantes y al final presentará las conclusiones o recomendaciones a los grupos de interés.

Ventajas:    - permite la libre expresión de ideas u opiniones y  
                  - permite la discusión y participación.

#### 2.5.8 Mesa Redonda

La mesa redonda esta constituida por un grupo de personas que se reúnen para discutir un asunto o problema, con el fin de llegar a un acuerdo.

Esta técnica brinda la oportunidad de exponer diferentes opiniones, y hechos sobre determinado tema y se efectúa cuando se desea conocer el punto de vista de distintas personas.

#### 2.5.9 Simposio

El simposio es un "grupo de charlas, discursos o exposiciones verbales presentadas por varios individuos acerca de las diversas fases de un solo tema". Beal (citado por Flores de Gortari, 1988)

Durante el simposio los expositores no debaten entre si los temas presentados y las preguntas y respuestas son efectuadas directamente con las personas que participan. Las ideas pueden coincidir o no y lo importante es que cada uno dé un aspecto particular del tema para que se desarrolle con mas profundidad.

Los participantes en este tipo de técnica son especialistas en una disciplina en particular.

#### 2.5.10 Mecenazgo

Es un "acto de apoyo desinteresado de una empresa o institución hacia una causa generosa". Kissinger-Matray (citado por Martín Martín, 1999).

Su objetivo es manifestar la inserción de la empresa o la institución en el ámbito social.

Esta técnica se diferencia del patrocinio por el hecho de que no pretende ningún objetivo comercial.

#### 2.5.11 Esponsoring o Patrocinio

Es una técnica que tiene como objetivo valorizar un producto o la imagen de marca de una empresa asociando su nombre a un evento.

Entre algunos de los beneficios que conlleva patrocinar un evento se pueden mencionar los siguientes: conseguir publicidad, mejorar las relaciones con los clientes y elevar la reputación de la compañía.

## 2.6 Definición de Relaciones Públicas

Las relaciones públicas las define Andrade como el "conjunto de actividades y programas de comunicación efectuados por cualquier empresa o institución, para crear y mantener buenas relaciones con sus diferentes públicos externos y proyectar ante ellos una imagen favorable". (Citado por Martín Martín, 1999).

La Asociación Internacional de Relaciones Públicas –IPRA– dice que las relaciones públicas son una actividad, por medio de la cual una organización o empresa trata de obtener y mantener la comprensión y la colaboración de aquellos con quienes se relaciona. Benito, (citado por Velásquez Soto, 2001).

"Las relaciones públicas son la comunicación planificada y persuasiva destinada a influir sobre un público considerable". (Marston, 1981).

El club danés de relaciones públicas (citado por J. Arceo Vacas, 1999) define las relaciones públicas como "la continuación del esfuerzo gerencial por mantener o establecer entendimiento, apoyo y simpatía con los grupos que tienen o esperan tener contacto".

La Real Academia Española (citado por A. Arceo Vacas, 1999), incorpora en 1984 el término relaciones públicas y las define como la "actividad profesional, cuyo fin es, mediante técnicas de difusión y comunicación, informar sobre empresas, instituciones, etc. tratando de prestigiarlas y de captar voluntades a su favor".

En conclusión, las relaciones públicas son un conjunto de actividades encaminadas a mejorar y proyectar una imagen favorable de la institución y asimismo, promover el trabajo que realiza, en este caso el Programa Mundial de Alimentos para obtener apoyo de los diferentes públicos externos.

## **2.7 Función de las Relaciones Públicas**

El principal propósito de cualquier programa de relaciones públicas es influir en la opinión.

Funciones:

Modificar, crear, reforzar y corregir una opinión, una actitud o la imagen de la institución.

De acuerdo, con Cabrera Maldonado (2001), las relaciones públicas tienen la función de:

- Atraer la comprensión e interés del público.
- Establecer y mantener un mutuo entendimiento.
- Influir en las personas o instituciones para que brinden su apoyo en situaciones difíciles.
- Crear o mejorar la comunicación.
- Lograr un prestigio social.

"En las agencias no lucrativas, el objetivo de las relaciones públicas es conseguir el apoyo popular a su misión y a sus programas y asimismo, intentan aumentar la participación de voluntarios en sus esfuerzos". (Fraser Seitel, 2002)

## **2.8 Importancia de las Relaciones Públicas**

De acuerdo con García de la Cruz (2002) las "Relaciones Públicas son necesarias para la prosperidad de la vida de los pueblos, para el trato con el público y para la integración social y económica, porque tratan de ganarse la voluntad y aceptación de las personas".

El fin primordial de las Relaciones Públicas consiste en influir en la opinión de los diversos públicos, tanto internos como externos, proyectando ante ellos lo que hace la organización para lograr conseguir su apoyo y aceptación, y asimismo, crear actitudes favorables para que la empresa se desarrolle.

## 2.9 Proceso de las Relaciones Públicas

En el proceso de las relaciones públicas existen 4 etapas:

2.9.1 Investigación: Recopilación de información acerca de nuestros públicos para poder divulgar el mensaje al grupo correcto. La investigación se puede hacer a través de la observación, encuestas y entrevistas.

En relaciones públicas se distinguen dos tipos de investigación: la investigación aplicada y la teórica.

La investigación aplicada puede ser estratégica o de evaluación.

- a. La investigación estratégica: Se utiliza fundamentalmente para desarrollar programas, con el fin de definir los objetivos y desarrollar estrategias de mensaje. Regularmente se analizan herramientas y técnicas de relaciones públicas.
- b. La investigación de evaluación: Es la investigación de recopilación y se utiliza para saber si un programa de relaciones públicas ha logrado sus metas y objetivos.

La investigación teórica a diferencia de la aplicada realiza una recopilación de todas las teorías existentes acerca de las relaciones públicas y comunicación de masas para saber por qué se comunican las personas o cómo se origina un público.

2.9.2 Planificación: de los resultados de la investigación se empiezan a relacionar opiniones, ideas, actitudes y reacciones de los públicos externos con la política y programas de la organización, para luego trazar un plan con el que se logren los objetivos propuestos.

Según Lobos Vivar (2002, p.62) "la planificación es el trazo de los objetivos o metas".

La planificación se divide en dos: planificación estratégica y planificación táctica.

- a. Planificación estratégica: aquí se plantearán las metas generales que la organización desea lograr a largo plazo.
- b. Planificación táctica: es más específica y consiste en detallar las tareas que debe realizar cada departamento de la organización para lograr las metas planteadas.

**2.9.3 Comunicación:** Para poder alcanzar las metas propuestas es indispensable comunicar primero a toda la organización del programa de relaciones públicas que se desarrollará, para luego difundir la información de la institución a los diferentes públicos externos para que se interesen en el tema.

En esta etapa se toman decisiones acerca de los tipos de medios que se van a utilizar. Además se deben conocer las fortalezas y debilidades de cada uno para llegar a los diferentes públicos.

**2.9.4 Evaluación:** Esta es la última fase de un programa de relaciones públicas, y nos permite conocer si se alcanzaron las metas planteadas y si los resultados de las actividades fueron efectivos o no. La encuesta y la entrevista son algunos de los instrumentos que se utilizan para medir los resultados.

En esta etapa existe la evaluación previa que consiste en establecer medidas de precaución para descubrir los posibles problemas que puedan surgir y la evaluación a posteriori que permitirá determinar deficiencias y mejoras.

## **2.10 El Departamento de Relaciones Públicas**

La institución o empresa debe contar con un departamento de relaciones públicas para poder entablar relaciones con los diversos sectores de la sociedad.

Lozano Mendoza, menciona en su Manual Práctico de Relaciones Públicas que el departamento "es la parte de un todo en el quehacer de una institución que funciona por objetivos para alcanzar los fines en su conjunto".

Martín Martín señala que "este departamento debe estar estrechamente ligado a la alta dirección para coordinar y difundir inmediatamente la información que se produce en el seno de la organización".

"El lugar propicio para la función de las relaciones públicas está dentro de la Dirección General. La razón es que estas no constituyen una tarea aislada, sino que trabajan en conjunto con toda la organización". (Ellis Nigel, 1964)

El departamento de relaciones públicas debe cumplir con varias funciones, entre ellas:

- Asesorar: dar consejos acerca de las políticas y acciones de la organización a la dirección y a los departamentos.
- Comunicar: difundir los sucesos o actividades que realiza la organización hacia sus públicos internos y externos.
- Investigar: recabar información acerca de los públicos internos y externos, lo cual permitirá presentar en base a los resultados, propuestas de relaciones públicas.

Promocionar: realizar actividades que permitirán ganarse la aceptación de los diferentes públicos.

En resumen, se puede decir que el departamento de relaciones públicas tiene como objetivo entablar comunicación con su público interno y externo para formar una imagen favorable de su organización o empresa y asimismo, mantenerlos informados del trabajo que realizan.

Las personas encargadas del departamento de relaciones públicas deben conocer a fondo toda la política y planes de la organización, y son los responsables de presentar y realizar de manera conveniente todas las actividades y programas de relaciones públicas.

### **2.11 Relaciones Públicas en Guatemala**

En Guatemala la incorporación de las relaciones públicas en las empresas e instituciones ha ido creciendo año con año. Sin embargo, estas no cumplen totalmente con su función, ya que la mayoría solo enfoca su labor a la información y divulgación y lamentablemente los que se encargan de las relaciones públicas son muchas veces personas que tienen otras profesiones.

Uno de los elementos importantes para actualizar las relaciones públicas en nuestro país es la comunicación, porque de ella depende la buena relación que tenga la organización con su público interno y externo.

### **2.12 Organizaciones Internacionales Intergubernamentales**

A estas organizaciones se les llaman intergubernamentales cuando han sido creadas mediante tratados celebrados entre diversos estados, y su fin es gestionar la cooperación permanente entre éstos en un determinado campo.

Las organizaciones internacionales, nacen de la voluntad de otros que ya existen, mediante un acto convencional y formal.

### **2.13 Organizaciones Internacionales No Gubernamentales (ONG'S)**

"Estas organizaciones sin fines de lucro están integradas por grupos o entidades que no dependen de gobiernos nacionales. Suelen tener un estatuto jurídico interno con estructura asociativa y no son sujetos del Derecho internacional público pero si participan en conferencias internacionales o en debates y deliberaciones de la Asamblea General de las Naciones Unidas pero en condición de observadores u órganos consultivos". (Biblioteca Microsoft Encarta, 2004)



## **2.14 Origen y Desarrollo de la ONU**

La Carta del Atlántico, firmada por el presidente estadounidense Franklin Delano Roosevelt y el primer ministro británico Winston Churchill el 14 de agosto de 1941, fue el primer compromiso para establecer una nueva organización internacional. En esta carta ambos dirigentes se comprometieron a establecer un sistema permanente y más amplio de seguridad general y expresaron su deseo de conseguir la máxima colaboración de todas las naciones en el plano económico. Estos principios fueron aceptados por las Naciones Unidas en su Declaración, firmada el 1 de enero de 1942 por representantes de 26 naciones, con esta firma los respectivos gobiernos se comprometieron a seguir luchando contra las potencias del eje, Roma, Berlín y Tokio durante la II Guerra Mundial. Desde entonces, se utilizó de modo oficial el término Naciones Unidas. (Biblioteca Microsoft Encarta, 2004)

El precursor de las Naciones Unidas fue la Sociedad de las Naciones, organización internacional creada durante la I Guerra Mundial y establecida en 1919, de conformidad con el tratado de Versalles para promover la cooperación internacional y conseguir la paz y la seguridad, pero se debilitó al no haber logrado evitar la II Guerra Mundial.

Oficialmente desde el 24 de octubre de 1945 empezó a existir la Organización de las Naciones Unidas (ONU), organización internacional de naciones basada en la igualdad soberana de sus miembros.

## **2.15 Organización de la ONU**

La Organización de las Naciones Unidas esta comprendida por cinco órganos administrativos principales: la Asamblea General, el Consejo de Seguridad, el Consejo Económico y Social, el Tribunal Internacional de Justicia y la Secretaría General, ellos son los encargados de dirigir las funciones de los comités, organismos y fondos. (Biblioteca Microsoft Encarta, 2004)

La Asamblea General es el principal organismo deliberativo de la ONU, que se encarga de establecer agencias y programas, y donde se tratan los problemas más urgentes del mundo.

El Consejo de Seguridad es la división más importante, por ser el encargado de tomar las decisiones finales sobre las iniciativas que Naciones Unidas debe emprender y tiene autoridad para aprobar o desaprobar nuevos miembros. Este consejo es el órgano central para el mantenimiento de la paz.

El Consejo Económico y Social (ECOSOC), se encarga de coordinar actividades económicas y sociales de la ONU y de sus agencias especializadas, y además desempeña una función fundamental en el fomento de la cooperación internacional para el desarrollo.

El Tribunal Internacional de Justicia, también conocido como la Corte Mundial es el organismo judicial de la ONU, que tiene el derecho de decidir si acepta o no el cumplimiento de resoluciones.

La Secretaría General, ejecuta programas y políticas de la organización. Al frente, está el Secretario General, quien es el principal mediador mundial en pro de la paz y el más alto funcionario administrativo de la organización.

## **2.16 El Papel de las Naciones Unidas**

Para las Naciones Unidas (ONU) el objetivo primordial es el de "construir un mundo más saludable y más estable, donde haya más oportunidades y justicia para todos".

La ONU tiene varias funciones, entre ellas:

- a. Realizar la cooperación internacional mediante la solución de problemas de carácter económico, social, cultural o humanitario.
- b. Mantener la paz y seguridad internacionales, tomando medidas colectivas para prevenir y eliminar cualquier amenaza a la paz.
- c. Fomentar entre las naciones relaciones de amistad, esto quiere decir que habrá igualdad de derechos para todas las naciones.
- d. Servir de centro armonizador de los esfuerzos de las naciones, lo que significa lograr la armonía y coordinación de los esfuerzos de los países que integran la comunidad mundial para mantener la paz, cooperación y seguridad internacional.

## **2.17 Organismos y Agencias**

El Sistema de las Naciones Unidas está conformado por las Naciones Unidas, sus programas y fondos y sus organismos especializados.

Los programas y fondos trabajan en áreas del desarrollo, los derechos humanos y la asistencia alimentaria.

Los organismos especializados son organizaciones autónomas y separadas que coordinan su labor con las Naciones Unidas y trabajan en diversas áreas como la agricultura, la meteorología, la salud y la aviación internacional.

Organizaciones autónomas:

- |        |   |
|--------|---|
| - FIDA | Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola.                             |
| - OACI | Organización de la Aviación Civil Internacional.                        |
| - FAO  | Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y Alimentación. |

- OIT Organización Internacional del Trabajo.
- UNESCO Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.
- FMI Fondo Monetario Internacional.
- ONUDI Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial.
- OMS Organización Mundial de la Salud.
- UIT Unión Internacional de Telecomunicaciones.
- UPU Unión Postal Universal.
- OIEA Organismo Internacional de Energía Atómica.
- OMI Organización Marítima Internacional.
- OMM Organización Meteorológica Mundial.
- OMPI Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.
- OMT Organización Mundial del Turismo.
- Grupo del Banco Mundial.

#### Programas y fondos

- UNICEF Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia.
- ACNUR Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados.
- PMA Programa Mundial de Alimentos.
- CCI Centro de Comercio Internacional.
- FNUAP Fondo de Población de las Naciones Unidas.
- OOPS Organismo de Obras Públicas y Socorro de las Naciones Unidas para los Refugiados de Palestina en el Cercano Oriente.
- PNUD Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo.
- UNIFEM Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer.
- UNV Voluntarios de las Naciones Unidas.
- PNUMA Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente.
- PNUFID Programa de las Naciones Unidas para la Fiscalización Internacional de Drogas.
- ONU-Hábitat Programa de las Naciones Unidas para los Asentamientos Humanos.
- UNCTAD Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo.

#### 2.18 ¿Qué es el PMA?

El Programa Mundial de Alimentos (PMA) es un organismo internacional de la ONU, dedicado a brindar ayuda alimentaria y llevar a cabo proyectos de emergencia y desarrollo en los países más pobres del mundo.

Sus recursos provienen de aportaciones de la comunidad internacional, organismos gubernamentales y no gubernamentales. La ayuda puede ser monetaria, con alimentos o herramientas básicas para cultivar, almacenar y cocinar alimentos.

La asistencia alimentaria se concentra en los países en vías de desarrollo y de bajos ingresos, en donde las víctimas de desastres naturales, desplazados y pobres con hambre enfrentan severa escasez de alimentos.

Esta institución desde que empezó a funcionar ha repartido alrededor de 47 millones de toneladas métricas de alimentos para combatir el hambre.

## **2.19 Historia**

El Programa Mundial de Alimentos se fundó en 1961 por la Asamblea General y la Organización para la Alimentación y la Agricultura (FAO) de la ONU, como un proyecto experimental de tres años. Las operaciones empezarían en 1963 pero debido al terremoto que sacudió Irán en septiembre de 1962 y al tifón que arrasó Tailandia en octubre de ese mismo año se empezó a trabajar antes.

El PMA en Guatemala se inició en 1971, en el Marco del Acuerdo Básico, firmado entre el gobierno y el PMA. La asistencia alimentaria que brinda esta institución se lleva a cabo en 200 municipios, entre ellos, los que se encuentran en pobreza extrema y alta vulnerabilidad.

Desde su fundación el PMA tiene su sede central en Roma, Italia.

## **2.20 Funciones**

- a. Actuar con rapidez en situaciones de urgencia como desastres naturales, guerras o sequías para evitar que la población caiga en la inanición o hambruna.

**Emergencias:** El PMA se encuentra en permanente alerta, listo para transportar y entregar ayuda alimentaria en donde se necesite.

**Recuperación:** La ayuda alimentaria de la organización sirve como medio para que las regiones afectadas por desastres puedan recuperarse.

**Prevención:** Para que a largo plazo ya no haya tantas personas pobres en el mundo es necesario brindarles ayuda alimentaria.

- b. Combatir las causas básicas del hambre ayudando a las personas a lograr mejores condiciones de vida.

Para que las personas logren salir de la pobreza en la que se encuentran sumergidos es necesario que las comunidades alcancen su seguridad alimentaria.

Una de las iniciativas para lograr el desarrollo es el programa "alimentos por trabajo" que retribuye a las personas con alimentos por trabajar en construcción de hospitales, escuelas, carreteras y proyectos de ordenación de tierras, como plantar árboles.

- c. Realizar proyectos de alimentación escolar para que los niños puedan aprender mejor.

Según la hoja informativa de alimentación escolar del Programa Mundial de Alimentos aproximadamente 300 millones de niños en todo el mundo no reciben una comida durante el día o no van a la escuela.

Para que los países subdesarrollados puedan prosperar es fundamental disminuir el hambre de los niños y mejorar sus posibilidades de educación. Por esta razón, el Programa Mundial de Alimentos ha brindado meriendas escolares gratuitamente, para incentivar a las familias pobres a que envíen a sus hijos a la escuela, ya que una buena alimentación contribuirá a una mayor capacidad de concentración y aprendizaje.

- d. Proporcionar suplementos nutricionales a los lactantes para que empiecen una vida saludable.

Esto se logra brindando a todas las mujeres embarazadas y madres lactantes alimentos enriquecidos con micronutrientes.

## **2.21 Misión del PMA**

La misión del Programa Mundial de Alimentos es "reducir necesidades en casos de emergencia, apoyar el desarrollo económico y social y brindar apoyo logístico necesario para llevar alimentos a las personas que más lo necesitan".

## **2.22 Visión del PMA**

La visión del PMA es que "todo el mundo tenga a su disposición los alimentos necesarios para llevar una vida activa y saludable."

## **2.23 Objetivos**

El PMA enumera varios objetivos para el desarrollo del milenio:

- a. Erradicar la pobreza extrema y el hambre  
80 países en vías de desarrollo padecen de hambre y necesitan ayuda alimentaria.

- b. Lograr la enseñanza primaria universal  
Muchos niños a causa del hambre no tienen la capacidad de aprender porque no tienen los nutrientes necesarios para poder concentrarse y desarrollar sus habilidades.
- c. Promover la autonomía de la mujer  
Poner los alimentos en manos de las mujeres para garantizar que éstos lleguen a los miembros de la familia que más lo necesitan.
- d. Reducir la mortalidad infantil  
El 60% de niños mueren a causa de la mala nutrición.
- e. Mejorar la salud materna  
Para salvaguardar la salud de las mujeres embarazadas es necesario proporcionarles alimentos enriquecidos con vitaminas y minerales.
- f. Combatir el VIH/SIDA y otras enfermedades  
Una persona con esta enfermedad necesita una buena alimentación para poder defenderse de la infección.
- g. Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente  
Para tener agua y alimentos es necesario tomar medidas para cuidar el medio ambiente.
- h. Fomentar una asociación mundial para el desarrollo  
Para combatir el hambre es importante tener el apoyo de organizaciones del sector público y privado ya sea económico o de bienes y servicios.

## CAPÍTULO 3 MARCO METODOLÓGICO

### 3.1 Método o Tipo de investigación:

En esta investigación se utilizó el método descriptivo porque permitió analizar y registrar la información obtenida de fuentes bibliográficas, de entrevistas dirigidas y encuestas. Asimismo, es un diagnóstico situacional del Programa Mundial de Alimentos.

### 3.2 Objetivos:

#### General

- Identificar las técnicas de comunicación externa utilizadas por la Unidad de Información y Movilización de Recursos del Programa Mundial de Alimentos.

#### Específicos

- Describir las técnicas de comunicación externa utilizadas por la Unidad de Información y Movilización de Recursos.
- Exponer las limitantes que enfrenta la Unidad para implementar otras técnicas de comunicación.
- Verificar si el grupo objetivo del Programa Mundial de Alimentos está interesado en informarse de la labor que realiza la organización.
- Elaborar en base a los resultados de las entrevistas y encuestas una propuesta que contenga nuevas técnicas de comunicación externa.

### 3.3 Técnicas:

Para obtener la información se consultaron libros, folletos, informes e Internet. Además se realizaron entrevistas dirigidas al personal encargado de la Unidad de Información Pública y Movilización de Recursos y se pasaron encuestas a organizaciones gubernamentales y no gubernamentales con las que trabaja el PMA y beneficiarios.

### 3.4 Instrumentos:

Para la elaboración de este trabajo se analizaron textos, se elaboró una guía de entrevista con 11 preguntas abiertas y cerradas para el personal que labora en la Unidad de Información Pública y Movilización de Recursos. Asimismo, se estructuró un cuestionario con 9 preguntas para los beneficiarios y otro con 10 preguntas para las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, ambos con preguntas cerradas.

### **3.5 Población:**

Personal encargado de la Unidad de Información Pública y Movilización de Recursos que está integrado por:

- Oficial Internacional de Información Pública
- Oficial Nacional de Información Pública
- Oficial de Movilización de Recursos

Organizaciones gubernamentales y no gubernamentales (contraparte del PMA) y beneficiarios.

### **3.6 Muestra:**

En esta investigación se incluyeron a 8 de las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales que trabajan en conjunto con el PMA, entre ellas: el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación (MAGA), la Asociación de Desarrollo Cotz'ij Ya', Asociación de Desarrollo Integral Iximachí, Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), Secretaría de Seguridad Alimentaria y Nutricional (SESAN), Vivamos Mejor, Lagun Artean-Entreamigos, Secretaría De Obras Sociales De La Esposa Del Presidente (SOSEP) y 23 beneficiarios (líderes comunitarios), de los municipios de Nahualá, Santa Catarina Ixtahuacán, San Juan La Laguna, Panajachel y San Lucas Tolimán del departamento de Sololá, uno de los diez departamentos más afectados por la tormenta Stan.



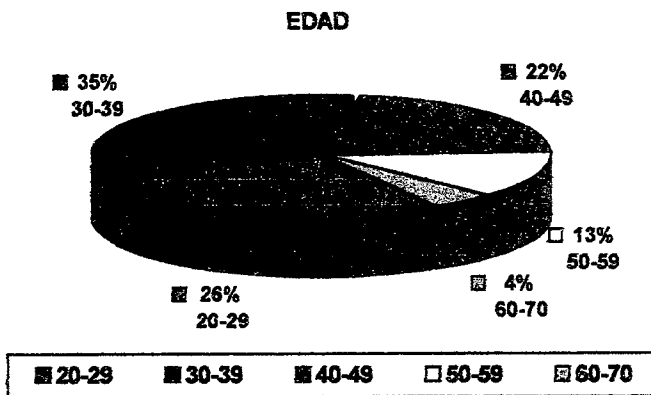
## CAPÍTULO 4 MARCO OPERATIVO

### 4.1 Análisis de Resultados

De acuerdo con esta investigación fue necesario realizar dos encuestas para el público externo del Programa Mundial de Alimentos; una para los beneficiarios y otra para las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales. A continuación se presentan los resultados obtenidos.

### BENEFICIARIOS

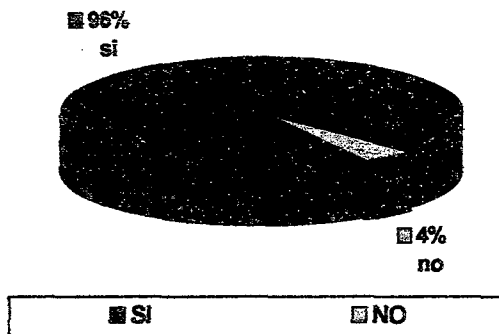
Gráfica No. 1



El 35% de las personas encuestadas se encuentra entre las edades de 30 a 39 años, 26% entre 20 y 29 años, 22% entre 40 y 49, 13% entre 50 y 59 y por último el 4 % entre 60 y 70 años.

Gráfica No. 2

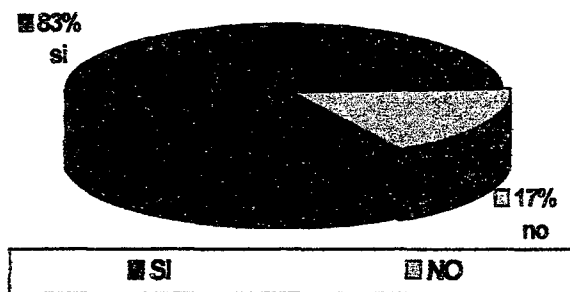
¿Sabe qué es el Programa Mundial de Alimentos (PMA)?



La mayor parte de las personas encuestadas son de sexo femenino con el 52% y el 48% son de sexo masculino.

Gráfica No. 3

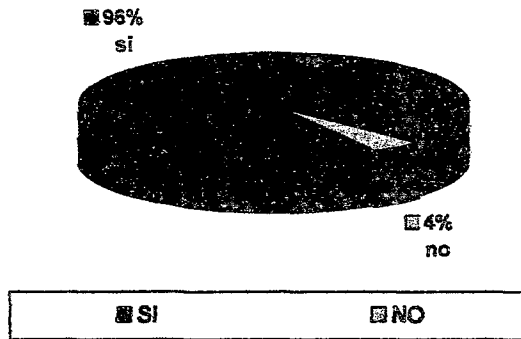
¿Ha participado en alguna actividad relacionada con el PMA?



El 96% de las personas encuestadas si conocen lo que es el Programa Mundial de Alimentos contra el 4% que desconoce totalmente el programa.

Gráfica No. 4

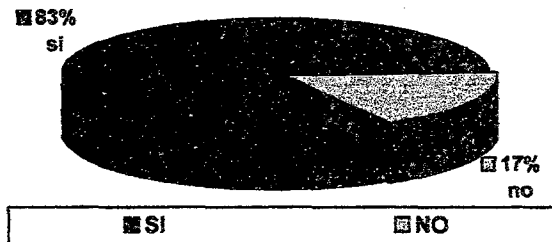
**¿Conoce el quehacer del PMA?**



El 96% de los encuestados respondieron que si conocen el quehacer del PMA y el 4% no lo conocen.

Gráfica No. 5

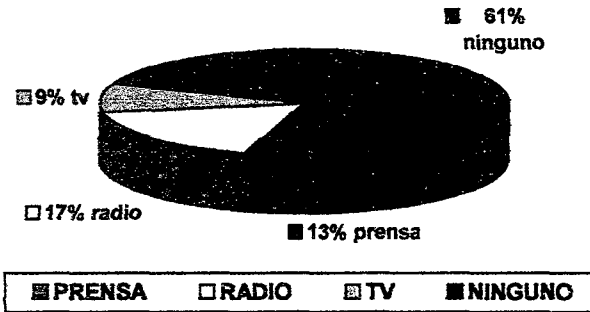
**¿Ha participado en alguna actividad relacionada con el PMA?**



De las personas encuestadas el 83% respondió que si ha participado en actividades relacionadas con el PMA y el 17% no ha participado.

Gráfica No. 6

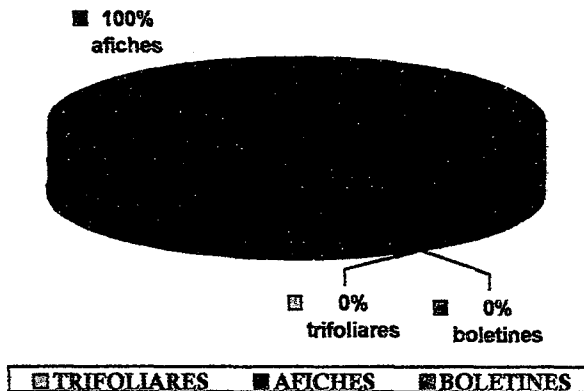
¿A través de que medios masivos se ha enterado del quehacer del PMA?



Con respecto a esta pregunta el 61% respondió que no se ha enterado del quehacer del PMA a través de ningún medio masivo, 17% se ha enterado del quehacer del PMA por medio de la radio, 13% a través de prensa y 9% a través de la televisión.

Gráfica No. 7

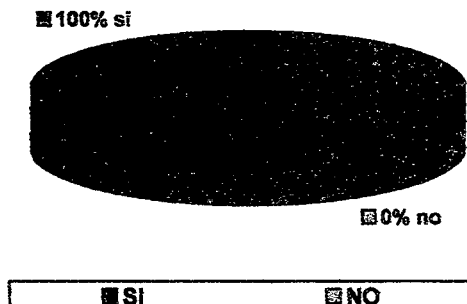
¿A través de que medios alternativos se ha enterado del quehacer del PMA?



De acuerdo con esta pregunta el 100% de los encuestados respondieron que sólo se han enterado del quehacer del PMA por medio de trifoliales.

Gráfica No. 8

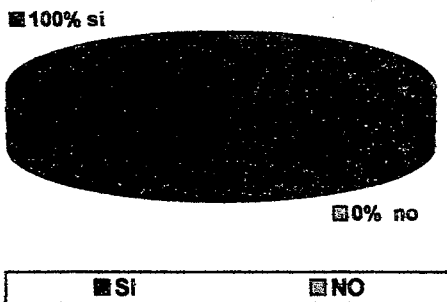
**¿Considera que la población ha sido beneficiada con el trabajo que realiza el PMA?**



El 100% de los encuestados consideran que si han sido beneficiados con el trabajo que realiza el Programa Mundial de Alimentos.

Gráfica No. 9

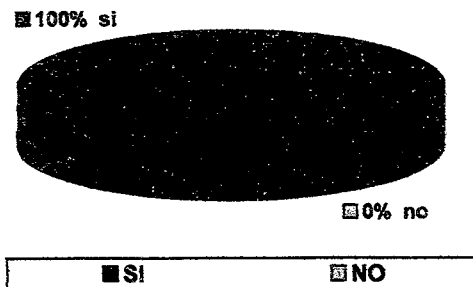
**¿Le gustaría informarse de la labor que realiza el PMA?**



El 100% de los encuestados si desean informarse de la labor que realiza el PMA. De acuerdo con esta pregunta se puede concluir que las personas no conocen totalmente el quehacer del programa.

Gráfica No. 10

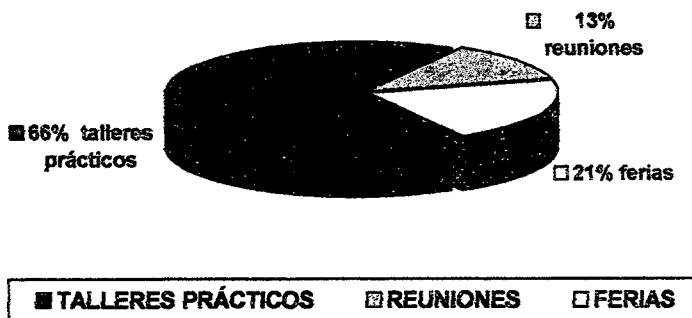
**¿Le gustaría participar en alguna actividad relacionada con el PMA?**



La totalidad de las personas se mostraron entusiasmadas al hacerles esta pregunta, por lo que el 100% de las personas respondieron que si les gustaría participar en alguna actividad relacionada con el PMA.

Gráfica No. 11

**¿Qué actividades propondría para informarse de la labor que realiza el PMA y los programas que lleva a cabo?**

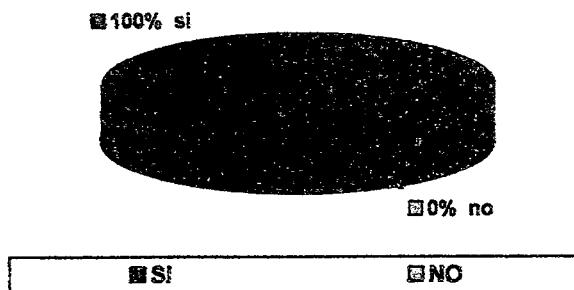


Al 66% les gustaría informarse de la labor que realiza el PMA y los programas que lleva a cabo a través de talleres prácticos, el 21% a través de ferias y el 13% por medio de reuniones.

## ORGANIZACIONES GUBERNAMENTALES Y NO GUBERNAMENTALES

Gráfica No.1

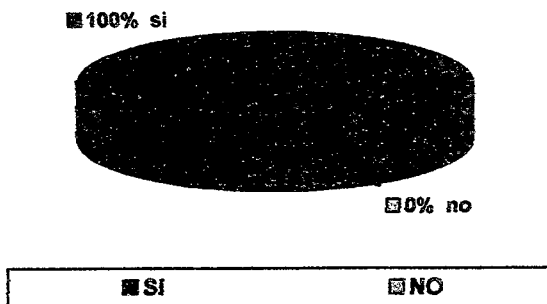
¿Sabe qué es el Programa Mundial de Alimentos (PMA)?



El 100% de las organizaciones saben lo que es el Programa Mundial de Alimentos debido a que trabajan en conjunto en las actividades que este organismo realiza.

Gráfica No. 2

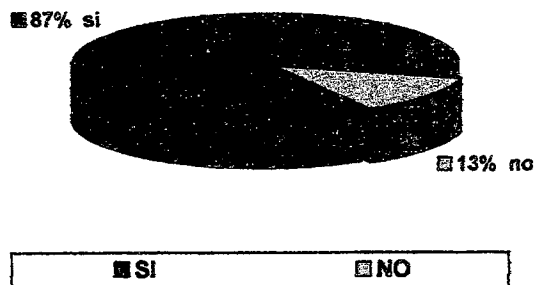
¿Conoce el quéhacer del PMA?



De las organizaciones el 100% conoce el quehacer del PMA.

Gráfica No. 3

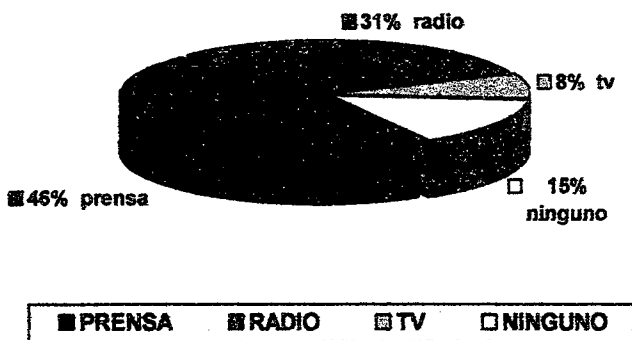
¿Conoce los programas implementados por el PMA?



El 87% de las organizaciones conocen algunos de los programas implementados por el PMA y el otro 13% no conocen ninguno.

Gráfica No. 4

¿A través de que medios masivos se ha enterado del quehacer del PMA?

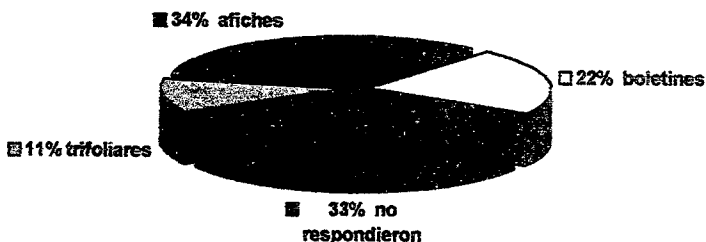


El 46% se ha enterado del quehacer del PMA a través de prensa, el 31% por medio de radio, el 15% no ha visto ni oído acerca del PMA en ningún medio y el 8% se ha enterado a través de la t.v.



Gráfica No. 5

¿A través de medios alternativos se ha enterado del quehacer del PMA?

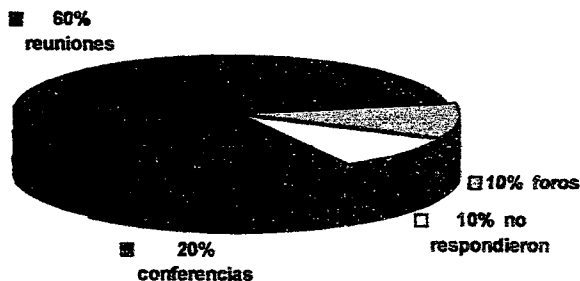


■ TRIFOLIARES ■ AFICHES □ BOLETINES ■ NO RESPONDIERON

El 34% se ha enterado del quehacer del PMA a través de afiches, 33% no respondieron, 22% se ha enterado por medio de boletines y el 11% por medio de trifoliales.

Gráfica No. 6

¿A través de que técnicas de comunicación se ha enterado de la labor que realiza el PMA?

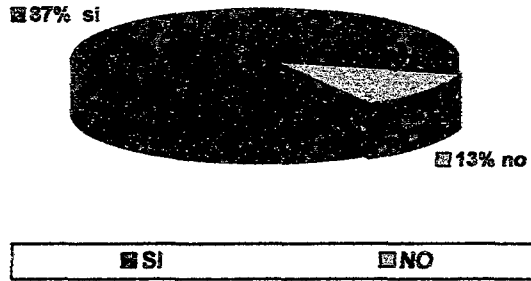


■ CONFERENCIAS ■ REUNIONES ■ FOROS □ NO RESPONDIERON

El 60% de las organizaciones han participado en reuniones con el PMA, razón por la cual se han enterado de la labor del PMA, el 20 % se ha enterado por medio de conferencias, el 10% a través de foros y el otro 10% no respondió.

Gráfica No. 7

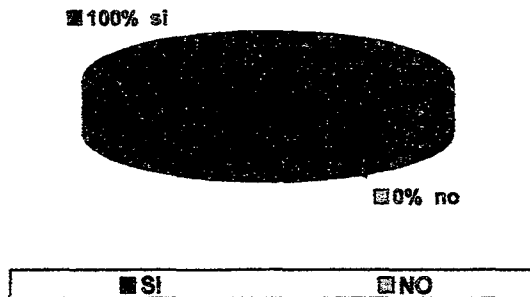
¿Ha participado en alguna actividad relacionada con el PMA?



La mayor parte con el 87% si ha participado en actividades relacionadas con el PMA y el 13% restante no.

Gráfica No. 8

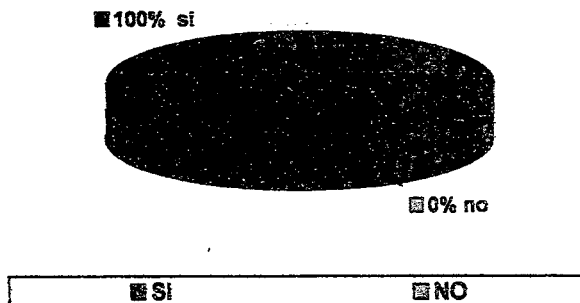
¿Le gustaría participar en alguna actividad relacionada con el PMA?



El 100% esta de acuerdo en participar en actividades relacionadas con el PMA.

Gráfica No. 9

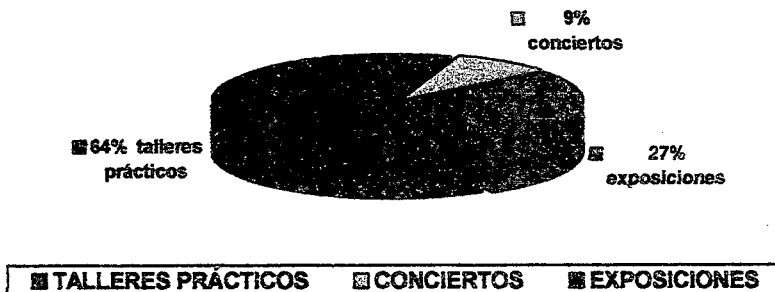
¿Considera adecuada la forma en que se ha enterado de la labor que realiza el PMA?



El 100% considera adecuada la forma en que se ha enterado de la labor que realiza el PMA.

Gráfica No. 10

¿Qué otras técnicas de comunicación propondría para solicitar apoyo, dar a conocer el PMA y la labor que realizan?



Para solicitar apoyo, dar a conocer el PMA y la labor que realiza las organizaciones propusieron los talleres prácticos con el 64%, el 27% propusieron las exposiciones y el 9% los conciertos.

Fuente: Investigación propia

## **4.2 Propuesta de técnicas de comunicación externa para el Programa Mundial de Alimentos (PMA)**

### **4.2.1 Análisis de la situación:**

El PMA ha trabajado en Guatemala desde 1971 pero fue hasta el año 2006 que empezó a funcionar la Unidad de Información Pública y Movilización de Recursos. Este departamento durante ese año empleó varias técnicas de comunicación externa con el propósito de fomentar el conocimiento del problema del hambre y promover el trabajo que realizan, entre ellas:

- la caminata "El mundo camina contra el hambre", es una técnica de patrocinio que se realiza todos los años a nivel mundial y tiene como propósito sensibilizar a la población guatemalteca y del mundo para que se solidaricen con quienes padecen de desnutrición y asimismo, para recaudar fondos para proyectos dedicados a este tema. Esta actividad es patrocinada por el Programa Mundial de Alimentos (PMA) y la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y Alimentación (FAO).
- conferencias de prensa donde se exponen importantes problemas humanitarios como operaciones de emergencia ante desastres naturales.
- reuniones o mesas de trabajo con instituciones de gobierno, agencias de cooperación y embajadas con el fin de solicitar apoyo económico y dar a conocer el problema del hambre.
- visitas a terrenos, actividad que se realiza con cooperantes o donantes y tiene como finalidad dar a conocer la situación del país y mostrar en que se están invirtiendo sus donaciones.

De acuerdo a las entrevistas realizadas al personal que labora en la unidad, las técnicas de comunicación externa que se utilizan para promover el trabajo que realiza la institución si son las adecuadas porque están dentro del presupuesto y se habla sobre el tema. La ventaja principal de utilizar estas técnicas es que el público y las instituciones involucradas se comprometen con el deber de luchar contra el hambre y la desnutrición, y de esta manera conocen la labor del PMA.

Sin embargo, se puede mencionar que algunas de las desventajas que esta institución enfrenta es la falta de fondos porque la mayor parte del presupuesto del PMA se utiliza para compra de alimentos y bienes, otra de las razones es el poco personal y, el empleo de material inapropiado para el país, ya que lo que se emplea esta enfocado a todo el mundo.

Según Elizabeth Sagastume, oficial nacional de información pública, no se ha constatado la eficacia de las técnicas de comunicación que se han utilizado y de ninguna forma se han asegurado del éxito de la comunicación que emplean porque la unidad es nueva.

El personal de la unidad propone realizar una campaña de imagen corporativa en el área rural y urbana con mensajes claves y material apropiado para el país, mayor acercamiento a las comunidades a través de técnicas educomunicacionales, con el fin de comunicar la labor del PMA.

Asimismo, de los resultados de las encuestas los beneficiarios y organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, si saben lo que es el Programa Mundial de Alimentos y su quehacer, pero los beneficiarios desconocen los programas implementados y nada más reconocen al PMA como una organización que les brinda ayuda a través de alimentos y los únicos medios por los cuales se han enterado es a través de reuniones, carteles, mantas y algunas veces por medio de radio o prensa. Además, las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales a las que se les paso el cuestionario conocen el PMA porque trabajan en conjunto con el programa.

A través de las encuestas se comprobó que los beneficiarios y las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales están interesadas en informarse más acerca del PMA y participar en actividades relacionadas con ellos.

#### 4.2.2 Grupo Objetivo:

- Beneficiarios
- Gobierno
- Agencias de la ONU
- Cooperantes-Donantes
- Público en General

#### 4.2.3 Descripción de la propuesta

El motivo de la propuesta es presentar ante los públicos externos el quehacer del PMA, solicitar su apoyo y mostrar en que se están invirtiendo las donaciones.

a. **Grupo objetivo:** estudiantes de las universidades del área urbana y rural.

##### **Objetivos:**

- Recaudar alimentos.
- Exponer el problema del hambre.
- Explicar la labor del PMA.
- Elevar el nivel de solidaridad y colaboración.

#### **Realización de conciertos**

El motivo de realizar este tipo de actividades es para que los jóvenes se informen de la situación que enfrenta el país, y como pueden colaborar a solucionar el problema del hambre.

Estos conciertos se realizarán dentro de las instalaciones de las universidades, en el área se colocarán Stands los cuales contarán con material informativo acerca de la labor que realiza el PMA y del problema del hambre. Las personas que quieran asistir deberán colaborar con alimentos como frijol, maíz, aceite, etc.

#### **b. Grupo objetivo: beneficiarios.**

##### **Objetivos:**

- Elevar el nivel de convivencia entre beneficiarios y empleados.
- Exponer los programas implementados por el PMA.
- Describir la labor que realiza el PMA.
- Identificar las necesidades de las personas afectadas por el problema del hambre.
- Verificar como les ha ayudado el PMA.

#### **Elaboración de mural en las comunidades**

La razón de elaborar este mural es para que la gente exprese las situaciones difíciles que ha vivido y lo que ha hecho el Programa Mundial de Alimentos para ayudarlos.

Esta actividad se realizará durante la semana de convivencia, los beneficiarios expondrán mediante una reunión previa el tema y los empleados del PMA colaborarán con pintar. Para la elaboración del mural se escogerán lugares visibles, por ejemplo, escuelas, parques, etc.

#### **Convivencia entre beneficiarios y empleados del PMA**

La convivencia será por una semana, durante esa semana se realizarán juegos de fútbol, se jugará lotería y se armará un rompecabezas, la lotería y el rompecabezas serán hechos por el programa, estos juegos trataran temas relacionados con el quehacer del PMA.

#### **d. Grupo Objetivo: organizaciones gubernamentales, no gubernamentales y empresas privadas.**

##### **Objetivos:**

- Mostrar a las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales el quehacer del PMA para que brinden su apoyo.
- Exponer como se puede combatir el hambre y la desnutrición.

### **Realizar una exposición fotográfica**

En la exposición se mostrarán fotografías de la desnutrición y la pobreza que se vive en el área urbana y rural, lo que han provocado los desastres naturales y lo que ha hecho el PMA para combatir estos problemas, al finalizar el recorrido se presentará un video relacionado con el trabajo que realiza el programa.

### **Conferencias**

Se visitarán organizaciones gubernamentales, no gubernamentales y empresas privadas para realizar las conferencias en donde se exponga el quehacer de la institución para que brinden su apoyo.

### **Foro**

Se realizará una vez al año, se invitará a participar a los miembros de organizaciones gubernamentales y no gubernamentales que trabajan en conjunto con el PMA, durante esta actividad se expondrá el problema del hambre y la desnutrición, y los causantes de este problema.

## **e. Grupo Objetivo: colegios e institutos privados.**

### **Objetivo:**

- Recaudar fondos.
- Exponer el problema del hambre.
- Explicar la labor del PMA.
- Elevar el nivel de solidaridad y colaboración.

### **Realización de campeonatos de fútbol, básquetbol y voleibol.**

Para realizar estas actividades se solicitará el apoyo de CONFEDE (Confederación Autónoma de Guatemala), para utilizar sus instalaciones. Dentro de estas instalaciones se colocarán Stands, en donde se repartirán trifoliales con información acerca del PMA y del problema del hambre y la desnutrición, asimismo, se colocarán mantas y banners que identifiquen al programa.

Para todas estas actividades se buscarán patrocinadores, lo cual permitirá ahorrar recursos.

### 4.3 CONCLUSIONES

1. Las técnicas de comunicación externa utilizadas por la Unidad de Información Pública y Movilización de Recursos son: conferencias de prensa, reuniones o mesas de trabajo, visitas a terrenos y la caminata "El mundo camina contra el hambre".
2. Se estableció que la falta de fondos y personal, son las mayores limitantes que enfrenta la Unidad de Información Pública y Movilización de Recursos para emplear más técnicas de comunicación externa.
3. Se comprobó que el grupo objetivo del Programa Mundial de Alimentos sabe qué es y conoce el quehacer del PMA, pero de acuerdo a las encuestas realizadas a los beneficiarios, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales las personas están interesadas en informarse más de la labor que realiza el PMA y están dispuestos a participar en actividades relacionadas con esta institución.
4. En base a los resultados de las entrevistas y encuestas se elaboró la propuesta con técnicas de comunicación externa que pueden ser empleadas por el PMA.



#### 4.4 RECOMENDACIONES

1. Realizar investigaciones previas para conocer a su público externo, con el propósito de emplear las técnicas de comunicación externa adecuadas a cada grupo objetivo.
2. Implementar la propuesta de técnicas de comunicación externa presentada en este trabajo, la cual permitirá que el público externo se informe de la labor que realiza el PMA y participe en la reducción del hambre y de la pobreza.
3. Llevar a cabo actividades que permitan convivir con los diferentes públicos externos (beneficiarios, organizaciones gubernamentales, no gubernamentales, medios de comunicación, agencias de la ONU y público en general).

## BIBLIOGRAFÍA

1. Alice Meléndez, Gilda Vera. 1999. Análisis de la Comunicación Interna en dos Empresas de Guatemala. Tesis Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social. Guatemala. Universidad Francisco Marroquín.
2. Antona Illanes, Alejandro. 1991. Técnica de Comunicación. Sevilla, España. Ediciones Alfar.
3. Arceo Vacas, Alfredo. 1999. Estrategias de Relaciones Públicas. 1ª. Edición. ICIE.
4. Arceo Vacas, José Luis. 1999. Tratado de Publicidad y Relaciones Públicas. 1ª. Edición. ICIE.
5. Cabrera Maldonado, Bianka Adriana. 2001. Diagnóstico y Propuesta de Comunicación, Relaciones Públicas del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias. Tesis Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala.
6. Cifre Enríquez, Concha Mireya. 1999. La Planificación Formal, Herramienta Indispensable en el Manejo de las Relaciones Públicas. Tesis Licenciada en Ciencias de Comunicación Social. Guatemala. Universidad Francisco Marroquín.
7. Cravioto Magallón, Tonatiuh. 1991. Organización de Congresos y Convenciones. 1ª. Edición. Edit. Trillas.
8. García de la Cruz, Karla Mariela. 2002. Situación de las Relaciones Públicas en el Tribunal Supremo Electoral. Tesis Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social. Guatemala. Universidad San Carlos de Guatemala.
9. Kotler, Philip, Bowen, John y Makens James. 1997. Mercadotecnia para Hotelería y Turismo. México, D.F. 1ª. Edición. Edit. Pearson Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A.
10. Lobos Vivar, María Alejandra. 2002. Comunicación Social en las ONG'S de Guatemala. Tesis Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala.
11. Marroquín Jiménez, Edna Liseth. 2002. Protocolo y Etiqueta dentro de las Relaciones Públicas Empresariales. Tesis Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala.
12. Marston E. John. 1981 Relaciones Públicas Modernas. México, Edit. Mc Graw Hill.

13. Martín Martín, Fernando. 1999. Comunicación Empresarial e Institucional. 2ª. Edición. Edit. Universitas, S.A.
14. Martínez de Velasco, Alberto y Nosnik Abraham. 1988. Comunicación Organizacional Práctica. 1ª. Edición. Edit. Trillas.
15. Matute Iriarte, Luis Armando. 1999. El Proceso de la Comunicación Externa que Desarrolla la Corte Suprema de Justicia y el Organismo Judicial (Análisis y Propuesta). Tesis Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala.
16. Mayer Figueroa, Wagner. 2005. Comunicación Interna y Rendimiento Laboral de los Merchandisers. Tesis Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala.
17. Quiná Roquel, Maria Antonieta. 2006. Comunicación Alternativa Utilizada por las Organizaciones No Gubernamentales para la Promoción y Educación en Derechos Humanos. Tesis Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala.
18. Relaciones Públicas Exitosas (Biblioteca esencial del ejecutivo). 2003. México, D.F. Edit. Grijalbo, S. A.
19. Seitel P. Fraser. 2002. Teoría y Práctica de las Relaciones Públicas. España. 8ª. Edición. Edit. Prentice Hall.
20. Urbina Álvarez, Francis Annabella. 2005. Diagnóstico y Propuesta de Comunicación Externa del CATIE Guatemala. Tesis Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala.
21. Velásquez Soto, Siomara Anabella. 2001. Confederación Deportiva Autónoma de Guatemala –CONFED- . Tesis Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Guatemala. Universidad Francisco Marroquín.

#### FUENTES

1. Biblioteca de Consulta Microsoft Encarta 2004.
2. Organización de las Naciones Unidas (ONU). 2005. Departamento de Información Pública <http://www.un.org/spanish> (consulta 23 de junio de 2006).
3. Programa Mundial de Alimentos. 2005. Guatemala. [www.wfp.org/spanish](http://www.wfp.org/spanish) (consulta 15 de junio de 2006).

# ANEXOS

**INSTRUMENTO # 1**

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

**"SITUACIÓN DE LA UNIDAD DE INFORMACIÓN PÚBLICA Y MOVILIZACIÓN DE RECURSOS DEL PROGRAMA MUNDIAL DE ALIMENTOS"**

**Instrucciones:**

Por favor responda las siguientes preguntas. Gracias por su colaboración.

Edad: \_\_\_\_\_

Sexo:

F

M

1. ¿Sabe qué es el Programa Mundial de Alimentos (PMA)?

SI

NO

2. ¿Conoce el quehacer del PMA?

SI

NO

3. ¿Ha participado en alguna actividad relacionada con el PMA?

SI

NO

¿Cuáles? \_\_\_\_\_

4. ¿A través de que medios masivos se ha enterado del quehacer del PMA?

PRENSA

RADIO

TV

NINGUNO

5. ¿A través de que medios alternativos se ha enterado del quehacer del PMA?

TRIFOLIARES

AFICHES

BOLETINES

Otros (especifique): \_\_\_\_\_

6. ¿Considera que la población ha sido beneficiada con el trabajo que realiza el PMA?

SI

NO

7. ¿Le gustaría informarse de la labor que realiza el PMA?

SI

NO

8. ¿Le gustaría participar en alguna actividad relacionada con el PMA?

SI

NO

9. ¿Qué actividades propondría para informarse de la labor que realiza el PMA y los programas que lleva a cabo?

TALLERES PRÁCTICOS

REUNIONES

FERIAS

Otros (especifique): \_\_\_\_\_

**Gracias por su colaboración.**

## INSTRUMENTO # 2

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

### "SITUACIÓN DE LA UNIDAD DE INFORMACIÓN PÚBLICA Y MOVILIZACIÓN DE RECURSOS DEL PROGRAMA MUNDIAL DE ALIMENTOS"

#### Instrucciones:

A continuación encontrará una serie de preguntas que permitirán verificar si las técnicas de comunicación empleadas por la Unidad de Información y Movilización de Recursos son las adecuadas para solicitar apoyo, dar a conocer a la institución e informar de la labor que realizan. Gracias por su colaboración.

Nombre de la organización: \_\_\_\_\_

Puesto que ocupa: \_\_\_\_\_

1. ¿Sabe qué es el Programa Mundial de Alimentos (PMA)?

SI

NO

2. ¿Conoce el quehacer del PMA?

SI

NO

3. ¿Conoce los programas implementados por el PMA?

SI

NO

¿Cuáles? \_\_\_\_\_

4. ¿A través de que medios masivos se ha enterado del quehacer del PMA?

PRENSA

RADIO

TV

NINGUNO

5. ¿A través de que medios alternativos se ha enterado del quehacer del PMA?

TRIFOLIARES

AFICHES

BOLETINES

Otros (especifique): \_\_\_\_\_

6. ¿A través de que técnicas de comunicación se ha enterado de la labor que realiza el PMA?

CONFERENCIAS

REUNIONES

FOROS

Otros (especifique): \_\_\_\_\_

7. ¿Ha participado en alguna actividad relacionada con el PMA?

SI

NO

¿Cuáles? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

8. ¿Le gustaría participar en alguna actividad relacionada con el PMA?

SI

NO

9. ¿Considera adecuada la forma en que se ha enterado de la labor que realiza el PMA?

SI

NO

¿Por qué? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

10. ¿Qué otras técnicas de comunicación propondría para solicitar apoyo, dar a conocer el PMA y la labor que realizan?

TALLERES PRACTICOS

CONCIERTOS

EXPOSICIONES

Otros (especifique): \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_



**INSTRUMENTO # 3**

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

**SITUACIÓN DE LA UNIDAD DE INFORMACIÓN PÚBLICA Y MOVILIZACIÓN DE RECURSOS**

Edad: \_\_\_\_\_

Sexo:  F  M

Escolaridad:  Técnico  Licenciatura  Postgrado

Especialidad \_\_\_\_\_

1. ¿Qué cargo ocupa dentro del departamento?
2. ¿Cuál es su función?
3. ¿Qué técnicas de comunicación externa, utiliza para promover el problema del hambre y erradicar la pobreza?
4. ¿Qué técnicas de comunicación externa, utiliza para dar a conocer el PMA y su trabajo?
5. ¿Qué técnicas de comunicación externa, utiliza para solicitar el apoyo de la comunidad internacional, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales?
6. ¿Considera adecuadas las técnicas de comunicación externa, que se utilizan para promover el trabajo que realiza la institución?

SI NO

¿Por qué?

7. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de utilizar las técnicas antes mencionadas?
8. ¿Cuál es la razón por la que no utilizan otras técnicas de comunicación externa?
9. ¿Han constatado la eficacia de las técnicas de comunicación que han utilizado?

SI NO

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
Biblioteca Central

10. ¿De qué forma se aseguran del éxito de la comunicación que emplean?

11. ¿Qué otras técnicas de comunicación externa, propone para comunicar las actividades del PMA?