

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL**



**DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL INTERNO Y EXTERNO, Y ESTRATEGIA DE
COMUNICACIÓN DEL PROYECTO DE FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN DE LOS DESECHOS
SÓLIDOS**

-PROATITLÁN-

HAYDEÉ DE LA PAZ MARROQUÍN GONZÁLEZ

GUATEMALA, OCTUBRE 2016

Universidad de San Carlos de Guatemala

Autoridades Centrales

Rector
Secretario General

Dr. Carlos Guillermo Alvarado Cerezo
Dr. Carlos Enrique Camey Rodas

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Consejo Directivo

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García
Director

Mtro. Gustavo Adolfo Morán Portillo
Lic. Mario Enrique Campos Trijilio
Representantes docentes

Pub. Anaite Machuca
Per. Mario Barrientos
Representantes estudiantiles

Lic. Jhonny Michael González Batres
Representante de egresados

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos
Secretaria

Consejo Académico de Postgrado

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García
Director

Mtro. Gustavo Adolfo Morán Portillo
Secretario

Tribunal examinador

Dr. Carlos Humberto Interiano
Maestra Ruth Elisabeth Ávalos Castellanos
Maestro César Augusto Urizar Méndez
Maestro Jorge Ignacio Paz Ramírez



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



Guatemala, 17 de octubre de 2016
Orden de impresión
No.001-2016 GAMP/Machq

Estudiante
Haydeé de la Paz Marroquín González
Carné No. 200318049

Estimada Estudiante Marroquín


Nos complace informarle que con base a la autorización de informe final del Trabajo de Graduación por el Tribunal Examinador con el título **“DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL INTERNO Y EXTERNO, Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DEL PROYECTO DE FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN DE LOS DESECHOS SÓLIDOS –PROATITLÁN-”**, se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que dos ejemplares impresos y un cd en formato PDF sean entregados en el departamento de Postgrado de esta unidad académica, ubicado en el Primer Piso del edificio Bienestar Estudiantil, un Trabajo de Graduación y un cd en formato PDF en la biblioteca Flavio Herrera y un trabajo de graduación y un cd en formato PDF en la Biblioteca Central de esta Universidad.


Es para nosotros un orgullo contar con una profesional egresada de esta escuela como usted, que posee los conocimientos para desenvolverse en el campo de la comunicación organizacional.

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”


DIRECCIÓN DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
DIRECCIÓN DE POSTGRADO

Msc. Sergio Vinicio Morataya García
Director ECC



M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo
Director Dpto. de Estudios de Postgrado



c.c. Archivo



“Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad”
OLIVERIO CASTAÑEDA DE LEÓN

Edificio M2, Ciudad Universitaria, zona 12 • Teléfono: (502) 2418-8920. Telefax: (502) 2418-9810
www.comunicacion.usac.edu.gt

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

Contenido

Resumen.....	V
Introducción	VII
Parte I Diagnóstico Situacional.....	- 1 -
1.1 Ubicación Geográfica.....	- 1 -
1.2. Naturaleza de la Empresa u organización	- 2 -
1.3. Líneas Estratégicas, misión, visión, valores y principios.....	- 3 -
1.4. Descripción de las principales Actividades.....	- 6 -
1.5. Actores Internos y Externos	- 7 -
1.6. Organigrama.....	- 9 -
1.7. Perfil de los Trabajadores.....	- 10 -
1.8. Fundamentos Epistemológicos	- 14 -
1.8.1 Definición de Comunicación.....	- 14 -
1.8.2 Qué es la Comunicación organizacional.....	- 15 -
1.8. 3 Tipos de Comunicación Organizacional Interna	- 16 -
1.8.4. Teorías de comunicación organizativa	- 17 -
1.8.5 Teoría de Laswell:.....	- 19 -
1.8.6 Diagnóstico de Comunicación	- 19 -
1.8.7 Auditoría de la imagen	- 21 -
1.8.8 La Auditoría de Imagen Global	- 22 -
1.8.9 Enfoque crítico	- 24 -
1.8.10 Enfoque positivista:	- 25 -
1.8.11 Estrategia de Comunicación	- 25 -
2. Parte II Metodología.....	- 27 -
2.1 Enfoque	- 27 -
2.2 Análisis de la Comunicación Organizacional Interna y Externa.....	- 27 -
2.3 Principales Acciones	- 28 -
2.3.1 Comunicación interna	- 28 -
2.3.2 Comunicación externa.....	- 28 -
2.4 Instrumentos	- 30 -
2.4.1 Instrumentos Comunicación Interna.....	- 30 -
2.4.1.1 Tabla guía de observación participante	- 30 -

2.4.1.2 Cuestionario	- 31 -
2.4.2 Instrumentos Comunicación Externa	- 31 -
2.4.2.1 Guía de Grupo focal.....	- 31 -
2.5 Fuentes	- 33 -
2.5.1 Primarias.....	- 33 -
2.5.2 Secundarias	- 34 -
2.6 Población y muestra	- 34 -
2.7 Método de Análisis.....	- 35 -
2.7.1Análisis Comunicación Interna	- 35 -
2.7.2 Análisis Comunicación Externa.....	- 35 -
2.8 Plan de Trabajo.....	- 35 -
2.9 Diagnóstico Comunicacional	- 37 -
2.9.1 Marco Referencial	- 37 -
2.9.2 Comunicación descendente	- 37 -
2.9.3 Comunicación ascendente	- 37 -
2.9.4 Comunicación circular	- 38 -
2.9.5 Manejo de comunicación en crisis	- 38 -
2.9.6 Análisis de la Comunicación Interna	- 38 -
2.9.7 Comunicación vertical ascendente.....	- 39 -
2.9.7.2 Comunicación vertical Descendente.....	- 40 -
2.9.7.3 Comunicación horizontal.....	- 42 -
2.9.7.4 Comunicación circular	- 43 -
2.8 Principales Medios de Comunicación Interna.....	- 44 -
2.9 Comunicación en Crisis.....	- 47 -
2.10 Análisis e Interpretación de Encuestas.....	- 47 -
3. Parte III Metodología.....	- 55 -
Diagnóstico de Comunicación Externa.....	- 55 -
3.1. Usuarios o Beneficiarios	- 55 -
3.2. Instituciones clave con mayor relación	- 56 -
Jerarquización de públicos externos	- 56 -
3.1.1 Clasificación de Públicos:.....	- 58 -
3.3. Análisis de identidad corporativa.....	- 65 -
3.3.1 Análisis de la Identidad Corporativa.....	- 65 -

3.3.1.1 Signos	- 65 -
3.3.1.2 Funciones	- 69 -
3.4 Análisis de Identidad Corporativa	- 70 -
3.4.1 Elementos.....	- 70 -
3.5 Comunicación en Crisis.....	- 71 -
3.6 FODA.....	- 72 -
3.7 Análisis y Pronóstico de la Situación	- 73 -
3.7.1 Alternativas entre fortalezas y oportunidades	- 73 -
3.7.2 Alternativas entre debilidades y oportunidades.....	- 73 -
3.7.3 Alternativas entre fortalezas y amenazas	- 73 -
3.7.4 Alternativas entre debilidades y amenazas.....	- 74 -
3.8. Factores Influyentes directos e indirectos	- 74 -
3.8.1 Factores directos	- 74 -
3.8.2 Factores indirectos	- 74 -
3.8.3 Árbol de problemas.....	- 75 -
3.8.4 Determinación de prioridades Comunicacionales	- 75 -
4 Propuesta de Soluciones	- 77 -
4.1 Posibles soluciones.....	- 77 -
4.2 Funciones de la Comunicación y su relación con la propuesta de Soluciones.....	- 77 -
4.3 Teorías de la Comunicación que respalden las soluciones Propuestas	- 78 -
5 Estrategia de Comunicación Organizacional	- 79 -
5.1 Justificación	- 79 -
5.2 Objetivos	- 79 -
5.2.1 Objetivo General	- 79 -
5.2.2. Objetivos Específicos.....	- 79 -
5.3 Públicos objetivos.....	- 80 -
5.4 Propuesta de Soluciones	- 81 -
5.5 Propuesta	84
5.5.1 Matriz de Coherencia	84
6. Validación de la propuesta de solución (cronograma).....	- 88 -
7. Cronograma de implementación de la propuesta. Por meses y semanas	- 89 -
8. Plan de Monitoreo y evaluación (con cronograma).....	- 90 -
9. Visión del futuro	- 92 -

Conclusiones..... - 93 -
Recomendaciones - 94 -
Bibliografía..... XCV
E- grafía..... XCV
ANEXOS XCVII

Resumen

A continuación se presenta el diagnóstico de comunicación organizacional interno y externo y la estrategia de comunicación realizada para el “Proyecto de Fortalecimiento de Gestión de los desechos sólidos ProAtitlán”.

ProAtitlán es un programa de fortalecimiento y asistencia técnica hacia la gestión de desechos sólidos en la Cuenca del lago de Atitlán y es ejecutado por el Centro de Estudios de Operaciones y Cooperación Internacional –CECI-, financiado por el fondo multilateral de inversiones (BID-FOMIN) y la contribución institucional de la Autoridad para el Manejo Sostenible de la Cuenca del lago de Atitlán (AMSCLAE) como contraparte y socio del proyecto.

El diagnóstico de comunicación interna y externa del ProAtitlán, comprende una investigación tipo descriptiva, con un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo), y un método analítico basado en la técnica de encuesta y grupos focales.

Posteriormente se presenta el análisis de la comunicación interna, comunicación vertical ascendente y descendente así como la horizontal, circular y manejo de la comunicación para situaciones de crisis.

En la tercera parte del diagnóstico, se presenta los resultados obtenidos acerca de la comunicación externa, basados en la investigación realizada con los grupos focales de actores clave del proyecto.

Y para concluir se presenta la fase de propuesta de soluciones y teorías comunicacionales para el ProAtitlán. Entre estas se propone la elaboración de una estrategia de comunicación institucional que comprenda los objetivos de comunicación interna, externa, interinstitucional y visibilidad, así como la creación e implementación de un manual de normas gráficas, un boletín institucional, una propuesta de proceso de formación para comunicadores municipales. También se propone fortalecer la relación con las contrapartes locales (municipalidades y AMSCLAE).

Un buen diagnóstico nos permite tener un escaneo de la situación actual, además permite cotejar la información real con la teoría de la comunicación, ya que

algunos autores como Lippit afirman “Un consultor sin teoría tendrá más dificultades en organizar y analizar lo que vea”. (Pérez, 2008)

Introducción

A continuación se presenta el diagnóstico situacional realizado al “Proyecto de Fortalecimiento de Gestión de los desechos sólidos ProAtitlán”.

Este análisis permite hacerle una radiografía a la estructura que conforma el proyecto, además permite producir y conocer cambios necesarios para la acción y toma de decisiones adecuadas a la realidad y el contexto de cierto lugar o situación en torno a un tema significativo.

El diagnóstico es un conocimiento aproximado de las diversas problemáticas de una población o lugar, a partir de la identificación e interpretación de los factores y actores que determinan su situación, un análisis de perspectivas y una evaluación de la misma. (Cisneros, Lara, Trujillo 2010)

Para este proceso fue necesario realizar una observación participante, solicitar documentos y entrevistas informales a algunos de los colaboradores para la obtención de información. Así mismo se llevó a cabo una investigación documental, ya que se consultaron informes, convenios y sitios web que sustentan la información.

En la primera fase se describe la ubicación geográfica y su área de intervención, la naturaleza de la organización así como la referencia que tienen de principios y valores. En orden le siguen la descripción de su objetivo principal y los componentes estratégicos, descripción de las principales actividades, actores internos y externos. También se presenta el organigrama y se describen el perfil de los trabajadores que actualmente, laboran en la organización así como, en qué forma se realiza la comunicación estratégica dentro de la comunicación.

En la segunda fase se especifica la metodología a utilizar, el tipo de investigación, el enfoque y las técnicas, así como también se describen los objetivos de comunicación tanto internos como externos.

En la parte metodológica se expone el tipo de investigación descriptiva y el enfoque mixto además de los instrumentos a utilizar para realizar el análisis de los distintos tipos de comunicación interna, así como externa.

Posteriormente se presenta el análisis de la comunicación interna, comunicación vertical ascendente y descendente así como la horizontal, circular y manejo de la comunicación para situaciones de crisis.

En la tercera parte del diagnóstico, se presenta los resultados obtenidos acerca de la comunicación externa, basados en la investigación realizada con los grupos focales de actores clave del proyecto.

Y para concluir se presenta la fase de propuesta de estrategia de comunicación, productos y soluciones sustentados en teorías comunicacionales específicas para el proyecto ProAtitlán.

Un buen diagnóstico y una buena estrategia de comunicación permiten tener un escaneo de la situación actual, además permite cotejar la información real con la teoría de la comunicación y proponer soluciones a corto y mediano plazo, ya que algunos autores como Lippit afirman “Un consultor sin teoría tendrá más dificultades en organizar y analizar lo que vea”. (Pérez, 2008)

Parte I Diagnóstico Situacional

1.1 Ubicación Geográfica

El ente financiante del proyecto es el Centro de Estudios y de Cooperación Internacional- CECI- está ubicado en la Avenida Reforma 7-62 zona 9, Edificio Aristos Reforma Nivel 4, oficina 402 A, Ciudad de Guatemala, Guatemala.

La oficina técnica regional del proyecto ProAtitlán, se encuentra ubicada en Plaza Mayasera en la segunda avenida 1-65 zona 2, Calle Rancho Grande, Panajachel, Sololá, Guatemala C.A.

En cuanto al área de cobertura territorial del proyecto, se pueden mencionar 15 municipios de la cuenca y dos aldeas del departamento de Sololá:

1. Sololá, Cabecera
2. Santa Lucía Utatlán
3. San José Chacayá
4. Aldea San Jorge la Laguna (Sololá)
5. Concepción
6. San Francisco Panajachel
7. Santa Catarina Palopó
8. San Antonio Palopó
9. San Andrés Semetabaj
10. Santiago Atitlán
11. San Lucas Tolimán
12. Aldea Cerro de Oro (San Lucas Tolimán)
13. Santa Cruz la Laguna
14. San Pedro la Laguna
15. San Pablo la Laguna
16. San Marcos la Laguna
17. San Juan la Laguna

1.2. Naturaleza de la Empresa u organización

Nombre de la Operación: “Fortalecimiento del Sistema de Gestión de Desechos en la Cuenca del Lago de Atitlán”.

Fuente de Financiamiento: Fondo Multilateral de Inversiones

Beneficiarios:

Directos 160,000 personas en cuatro municipios seleccionados.

Indirectos 321,000 personas que habitan en la Cuenca del lago de Atitlán.

Contribución: U\$ 1.146.220

Aporte: US\$ 429.324

Monto Total del Presupuesto: U\$ 1.575.544

País o Región: Sololá, Guatemala, América Central

Socios: Autoridad para el Manejo Sustentable de la Cuenca del lago de Atitlán y su entorno (AMSCCLAE).

Duración: Septiembre 2014-Septiembre 2017

ProAtitlán es un programa de fortalecimiento y asistencia técnica hacia la gestión de desechos sólidos en la Cuenca del lago de Atitlán y es ejecutado por el Centro de Estudios de Operaciones y Cooperación Internacional –CECI-, financiado por el fondo multilateral de inversiones (BID-FOMIN) y la contribución institucional de la Autoridad para el Manejo Sostenible de la Cuenca del lago de Atitlán (AMSCCLAE) como contraparte y socio del proyecto.

A continuación se cita de manera textual la descripción del proyecto tal y como aparece en el sitio web de CECI:

El CECI y la Autoridad para el Manejo Sustentable de la Cuenca del Lago Atitlán y su entorno, con el apoyo técnico y financiero de BID FOMIN, implementan por los próximos tres años (2014-2017) un modelo de proyecto orientado a aumentar los

ingresos familiares en las comunidades seleccionadas mediante la creación de nuevos empleos relacionados con la gestión de residuos y con la venta de materiales reciclables y composta orgánica derivados de la basura. (www.ceci.ca, 2012)

El modelo se constituye de tres pasos:

1. “Facilitar el diálogo entre el municipio, las organizaciones de base y otras partes interesadas en las comunidades para decidir sobre la estructura orgánica más adecuada para la entidad comunitaria de gestión de residuos que se creará en cada municipio;
2. A partir de esa consulta, crear o fortalecer entidades comunitarias de gestión de residuos en cada municipio, responsable de la operación y el mantenimiento sostenibles del sistema de gestión de residuos, lo que incluirá la elaboración de planes operativos para cada municipio a fin de asegurar la recuperación de costos de operación y mantenimiento a través de un sistema de tarifas diferenciadas;
3. Mejorar y ampliar el mercado local de materiales reciclables y composta y apoyar la producción y venta de composta”. (www.ceci.ca, 2012).

1.3. Líneas Estratégicas, misión, visión, valores y principios

La institución no posee dentro de su marco filosófico una misión y visión establecidas por si sola. Para esto, el coordinador ejecutivo del proyecto indicó que se acoplan y comparten la misión y visión de su contraparte local, la Autoridad para el Manejo de Cuenca del lago de Atitlán, -AMSCLAE- las cuales se citan, tal y como se encuentra en su sitio web (entrevista verbal realizada al coordinador del proyecto el 10 de junio del 2016):

Misión:

Somos la Autoridad que norma, planifica, coordina y ejecuta las medidas y acciones del sector público y privado que sean necesarias para conservar, preservar y resguardar la cuenca del Lago de Atitlán y su entorno, mediante la ejecución de planes, programas y proyectos para el cumplimiento de sus fines y propósitos para el desarrollo integral y sustentable en beneficio del Lago y el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de la cuenca. (Fundamentada en los Artículos 2 y 5 del Decreto Legislativo 133-96 del Congreso de la República de Guatemala).

Visión:

Ser la Institución líder que regule y garantice el manejo integrado y apropiado de la cuenca del Lago de Atitlán y su Entorno de manera sustentable mediante la gestión de todas las intervenciones y actividades del sector público y privado que se realicen dentro de la cuenca, dictando las medidas, ordenanzas y disposiciones necesarias para la conservación, preservación y resguardo del Lago de Atitlán y su entorno natural para su uso y aprovechamiento sostenible. (Fundamentada en los Artículos 2, 4 y 5 del Decreto Legislativo 133-96 del Congreso de la República de Guatemala).

Valores:

Patriotismo, disciplina, responsabilidad, honestidad, honradez, lealtad, respeto, equidad, justicia, dignidad, legalidad, respeto, equidad, justicia, dignidad, legalidad, identidad y libertad. (AMSCLAE, Unidad Informática, 2016)

Objetivo de ProAtitlán:

El objetivo a nivel de impacto es mejorar las condiciones de vida de la población que habita en municipios seleccionados de la cuenca del lago Atitlán, mientras a que a nivel de resultados se espera crear un modelo sostenible para la gestión de desechos sólidos con participación de la población en los municipios de Sololá, Panajachel, Santiago Atitlán y San Pedro La Laguna. (www.ceci.ca, 2012).

Para atender las necesidades del área de cobertura PROATITLÁN, cuenta con 17 colaboradores, de los cuales describiremos su función más adelante.

Entre las líneas estratégicas y componentes que constituyen a esta organización, se encuentran las siguientes:

- **Componente I: Sensibilización Ambiental**

El objetivo de este componente es sensibilizar, generar y facilitar el diálogo sobre las consecuencias ambientales y de salud sobre los residuos sólidos y líquidos no tratados, así como el cambio de actitudes y comportamientos por parte de la población beneficiaria del proyecto.

- **Componente II: Creación de Nuevas Entidades de Gestión de residuos**

Este componente persigue asegurar la eficiencia y la sostenibilidad de los sistemas de operación y mantenimiento de los servicios de gestión de residuos, a través de entidades comunitarias de gestión de residuos tales como cooperativas, asociaciones, entidades de servicios públicos o concesiones.

- **Componente III: Apoyo al reciclado y creación de composta**

El objetivo de este eje es ampliar el mercado local del reciclado y composta orgánica a fin de generar ingresos para las entidades comunitarias de gestión de residuos, así mismo se persigue la reducción de los residuos sólidos y líquidos dentro de la Cuenca del Lago de Atitlán.

Con esto se pretende fortalecer el mercado de composta, el cual ha aumentado la demanda durante los últimos años y ha sido apoyado por el Proyecto de Desarrollo Económico Rural del Sololá-PROSOL- y la AMSCLAE.

- **Componente IV: Gestión del Conocimiento y Comunicación estratégica**

El objetivo de este componente es documentar y difundir los conocimientos generados en este proyecto entre los siguientes públicos: Municipios interesados en replicar los modelos, funcionarios de gobierno nacionales y locales que destaquen en el área ambiental que trabajen por el bienestar de la población así como organismos públicos y entidades donantes. (Carta de Convenio entre CECI Y BID, 2014).

En cuanto a la sensibilización y comunicación estratégica, se puede mencionar que se cuenta con una estrategia de sensibilización ejecutada en su mayoría por la coordinación del componente I, más no de comunicación interna y externa para todo el proyecto.

Se ha realizado una campaña exitosa denominada “Yo soy limpio/a Puro Utz”, en donde se ha promovido la reducción, separación y disposición final de los residuos sólidos, dentro de la cuenca del lago Atitlán.

La comunicadora de reciente ingreso, apoya a las actividades de comunicación estratégica en general al proyecto, no obstante necesita fortalecer esa área de forma transversal para cumplir con el impacto que desea generar el proyecto, a través de las distintas campañas y actividades que complementen y hagan más eficiente esta labor dentro de la institución.

Cabe mencionar que la figura del DIRCOM o director de comunicaciones, todavía no es una figura establecida ni entendida por si sola dentro de la organización.

1.4. Descripción de las principales Actividades

En el 2011, el CECI y SOCODEVI a través del Proyecto de Desarrollo Económico de Sololá (PROSOL) y AMSCLAE formularon este proyecto que focaliza sus acciones hacia el fortalecimiento de los sistemas de gestión de desechos sólidos, a través de la mejora de la estructura tarifaria, sensibilización y promoción de la cogestión de servicios.

Entre las acciones que se han realizado dentro de la cuenca, se encuentra la sensibilización en torno a la reducción, separación y reciclaje de los residuos sólidos así como el apoyo técnico y modelos de gestión de los centros de acopio y rellenos sanitarios de los 15 municipios ya mencionados, dentro de la cuenca del lago.

En la actualidad se ha logrado la reactivación y funcionamiento del centro de acopio de San Pedro la Laguna, el de San Jorge la Laguna y Sololá (cabecera). En los demás municipios se realiza asistencia técnica para el seguimiento a los procesos de sensibilización, comunicación estratégica y tecnificación de las demás plantas que han sido abandonadas unas debido al cambio de gobierno y otras por la insostenibilidad del sistema.

Entre los retos y desafíos que tiene este proyecto, es lograr el cambio de actitud deseado en cuanto a la separación de los residuos sólidos desde el origen, así como la disposición de las autoridades locales, para proporcionar todo el modelo de gestión, desde infraestructura y regulación de tarifas para con sus municipios y poder lograr posteriormente, la comercialización que es en sí lo que hará sostenible a este sistema.

1.5. Actores Internos y Externos

Dentro de los actores internos se pueden mencionar los siguientes colaboradores:

- Coordinador Ejecutivo
- Asistente Administrativo Contable
- Consultora en Gestión de Desechos
- Promotores Ambientales
- Técnicos Ambientales:
- Encargados de Comercialización
- Consultor Plan de Negocios de materiales reciclables
- Consultora de Negocios materiales orgánicos
- Consultora Comunicadora Socio ambiental
- Voluntaria de Educación Ambiental
- Asistente Técnico en mejora de modelos de Gestión

Socios y Aliados

- Autoridad para el Manejo de la Cuenca del lago de Atitlán-AMSCLAE-
- Universidad Mesoamericana (región de Occidente)
- Centro de Estudios de Cooperación Internacional-CECI-
- Banco Interamericano de Desarrollo-BID-
- Fondo Multilateral de Inversiones-FOMIN-

Entre los actores externos se encuentran:

- Concejos municipales (15 municipios área de intervención)
- Alcaldes municipales (15 municipios área de intervención)
- Consejos Comunitarios de Desarrollo-COCODES- (15 municipios área de intervención)
- Consejos Municipales de Desarrollo-COMUDES- (15 municipios y dos aldeas área de intervención).

- Población en general de los 15 municipios y dos aldeas, área de intervención.
- Dependencias municipales: Oficina de la mujer-OMM-, Dirección Municipal de Planificación, DMP, Oficina de la Niñez y Adolescencia.

Mancomunidades de Municipios dentro de la Cuenca del Lago de Atitlán:

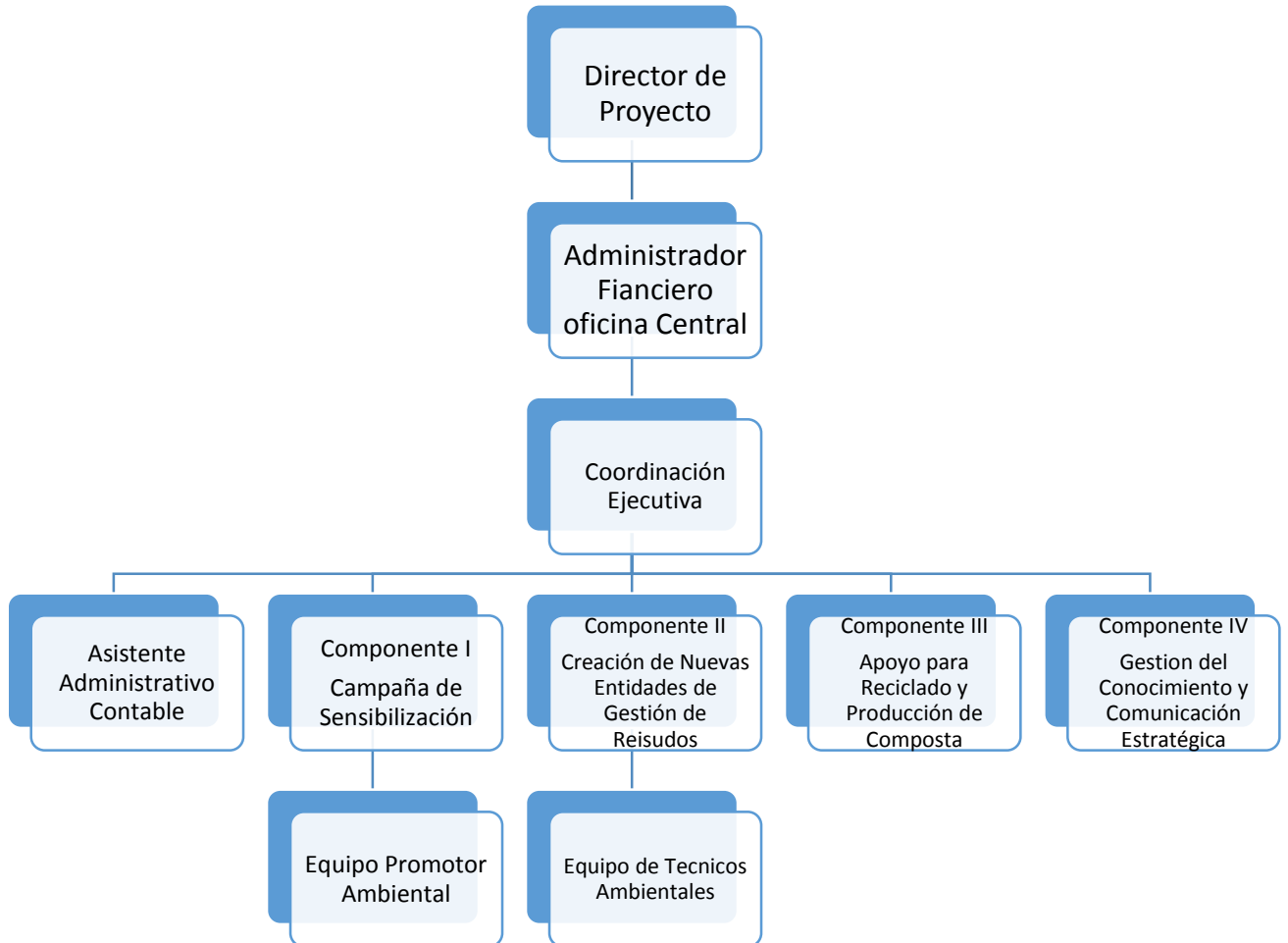
- MANKATITLÁN (Panajachel, San Andrés Semetabaj, San Antonio Palopó)
- MANCLALAGUNA (San Pedro, San Pablo, San Juan y San Marcos la Laguna)
- MANCTZOLOJYA (Sololá, San José Chacayá y Santa Lucía Utatlán)
Asociaciones, cooperativas, centros educativos y ONGS
- Asociación Vivamos Mejor
- Asociación Amigos del Lago-AALA-
- Centro de Estudios de la Universidad del Valle del Altiplano-CEA-

Estatales

- Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales –MARN-
- Coordinación Departamental de Educación de Sololá-CTA-
- Comisión del eje de Educación de Sololá

1.6. Organigrama

A continuación se presenta el organigrama de ProAtitlán, como un proyecto que posee una dirección y de allí parten todos criterios de acción en forma descendente pasando por la administración financiera, coordinación ejecutiva en la oficina técnica en Panajachel y demás técnicos especialistas bajo la misma.



Fuente: Elaboración Propia basada en convenio de Cooperación Técnica BID/FOMIN- Centro de Estudio y de Cooperación Internacional, CECI

1.7. Perfil de los Trabajadores

- **Directora de Proyecto:**

Dirección de ProAtitlán se encuentra en la oficina técnica ubicada en la ciudad de Guatemala, para ello existe una directora quien es la encargada de regir las líneas de acción y dar el acompañamiento a la coordinación ejecutiva del proyecto ubicado en Panajachel, Sololá así como al administrador financiero del mismo.

Esta persona es quien tiene el contacto directo con los donantes internacionales, CECI, BID, FOMIN así como con la contraparte local de la cuenca del lago de Atitlán, AMSCLAE.

- **Administrador Financiero**

Es una persona graduada en administración de empresas, quien se encarga de llevar la parte financiera del proyecto, así como el seguimiento y acompañamiento al presupuesto operativo anual del proyecto –POA-. Además de la supervisión del asistente administrativo contable en la oficina técnica en Panajachel.

- **Coordinador Ejecutivo**

El coordinador ejecutivo es una persona graduada de Ingeniero Agrónomo con una maestría en manejo de Cuencas Hidrográficas. Con experiencia en programas de desarrollo económico local, turismo y medio ambiente dentro de la Cuenca del Lago de Atitlán.

Es el encargado de dirigir al equipo técnico de la oficina del proyecto, de forma transversal y estratégica. Representa el vínculo entre la dirección y los técnicos especialistas que conforman el proyecto.

- **Asistente Administrativo Contable**

Es una persona con una licenciatura en derecho, así como con experiencia contable. Es la responsable de velar por el plan financiero, dar seguimiento a la

ejecución del presupuesto del proyecto, así como la supervisión administrativa de los colaboradores de la organización.

- **Consultora en Gestión de Desechos**

La consultora de gestión de desechos es una persona con estudios de Ingeniera agrónoma con una maestría en Gestión Ambiental, con experiencia en proyectos de cooperación internacional en todo el país.

Esta persona funge como sub coordinadora, apoya directamente, a la coordinación en supervisión y acompañamiento del equipo técnico en general. Así como también supervisa y ejecuta sus funciones de consultora de gestión de Desechos Sólidos, Gestión del Conocimiento y supervisión del eje de Sensibilización y Comunicación Estratégica de forma transversal.

- **Consultor Plan de Negocios de materiales reciclables**

El perfil de esta persona es de licenciatura en administración de empresas, con experiencia en proyectos de desarrollo económico local. Entre sus funciones está dar acompañamiento y seguimiento a la creación de nuevas entidades de gestión de residuos sólidos de materiales reciclables en el componente III.

La duración de esta asistencia técnica es de carácter anual.

- **Consultora de Negocios materiales orgánicos**

Es una técnica con estudios de administración de empresas con experiencia en mancomunidades de la cuenca, así como en proyectos de desarrollo económico local.

Entre sus funciones se encuentran desarrollar una consultoría de índole anual para la creación de entidades de gestión de materiales orgánicos.

- **Encargado de Comercialización**

Existe un responsable de la tarea de comercialización. Esta persona posee estudios de administración de empresas e informática. Es el responsable de velar por los

mecanismos de comercialización de los residuos dentro de los municipios beneficiados por ProAtitlán.

- **Consultora Comunicadora Socio ambiental**

El perfil de esta técnica es de licenciada en Ciencias de la Comunicación, con pensum cerrado de una maestría en comunicación organizacional, con experiencia en cooperación internacional y programas de desarrollo local y agua y saneamiento dentro del contexto geográfico.

Entre las funciones de esta persona se encuentra coordinar el componente I de Sensibilización socio-ambiental, así como la supervisión y acompañamiento del equipo de cuatro promotoras ambientales para la correcta ejecución de la estrategia de comunicación socio-ambiental, dentro de la organización.

- **Promotoras Ambientales**

En la actualidad existen cuatro personas para este cargo, entre los perfiles se encuentran técnicas con estudios y pensum cerrados en licenciatura en Trabajo social, Administración de Empresas y en Administración en Turismo, con experiencia en otras organizaciones y asociaciones dentro del territorio.

Este equipo conforma el componente I de Sensibilización ambiental, y son quienes se encargan de realizar el trabajo de educación y sensibilización ambiental, así como el seguimiento a las actividades de la estrategia de comunicación en forma de asistencia técnica en los 15 municipios y dos aldeas, área de cobertura del proyecto.

- **Asistente Técnico en mejora de modelos de Gestión**

El técnico especialista contratado para esta consultoría, posee una ingeniería agronómica con especialidad en Gestión de Residuos sólidos, además de contar con experiencia a nivel de país en modelos de gestión de residuos sólidos.

Esta persona es la responsable de dar acompañamiento al componente II de apoyo de la creación de entidades de residuos sólidos así como el seguimiento al trabajo de campo de los y las técnicas ambientales.

- **Técnicos Ambientales**

El proyecto cuenta con cuatro personas que desempeñan este cargo. Estas poseen estudios y pensum cerrado en ingeniería ambiental además de contar con experiencia con cooperación internacional y asociaciones locales.

La función de estos técnicos es la de asistencia técnica a los municipios, en la temática ambiental y gestión de los residuos sólidos.

- **Voluntaria de Educación Ambiental**

Dentro del proyecto existe una voluntaria del proyecto UNITERRA y el CECI. La técnica especialista tiene una licenciatura en biología y una especialización en culturas aborígenes, además de estudios de gestión ambiental y eco diseño.

Tiene como función elaborar una consultoría de mercado de materiales reciclables y eco diseño. Esta persona apoya actividades sensibilización, materiales de comunicación y eco diseño.

- **Sobre el Proceso de Contratación**

La forma de contratación se hace a través de la publicación de términos de referencia-TDRS- publicados en “lista corta” o por correos electrónicos con contactos de profesionales e instituciones conocidas.

Además de fases de entrevistas para la elección del candidato idóneo para la plaza. De preferencia se eligen personas con experiencia dentro del territorio y con cooperación internacional.

1.8. Fundamentos Epistemológicos

Un diagnóstico de comunicación interno y externo nos permite evaluar y determinar el tipo de comunicación que existe dentro de una organización u empresa. En el caso particular del proyecto ProAtitlán, es muy importante ya que, al realizar un buen diagnóstico de ambos tipos de comunicación, será más fácil crear y proponer una estrategia de comunicación pertinente, que contribuya a alcanzar sus objetivos específicos en el manejo y gestión de los residuos sólidos en la cuenca del lago de Atitlán y el destino final y comercialización de los mismos.

A continuación se despliegan las teorías, conceptos, definiciones y principales corrientes que sustentan este diagnóstico y estrategia de comunicación organizacional, interna y externa.

1.8.1 Definición de Comunicación

En su libro *Manual de Comunicación* Ongallo (2007), señala que para 1976 ya existían más de ciento setenta y seis conceptos de comunicación.

Según Dance y Larson (1976) la comunicación es ante todo un proceso de intercambio, que se completa o perfecciona cuando se han superado, todas las fases que intervienen en el mismo. Como muchos procesos el de la comunicación puede ser interrumpida en cualquiera de sus fases, o suspendido en función de factores desencadenantes. En tales casos puede establecerse que la comunicación no ha habido completa, hasta que haya reactivado el proceso previamente en suspenso, o se haya reiniciado un proceso que sustituya al anterior. (Ongallo, 2007, pág. 11)

El diccionario en línea de la Real Academia de la Lengua española, define a la comunicación:

Del lat. *communicatio*, -onis. f. Acción o efecto de comunicar o comunicarse. 2. Trato, correspondencia entre dos o más personas. 3. Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor. 4. Unión que se establece entre ciertas cosas, tales como mares, pueblos, casas o habitaciones mediante pasos, crujías, escaleras, vías canales, cables y otros recursos. 5. Cada uno de estos medios de unión entre dichas cosas. 6. Papel escrito en el que se comunica alguna cosa oficialmente. 7. Escrito sobre un tema determinado que el autor presenta a un congreso o reunión de especialistas para su conocimiento y discusión. 8. v. Vía de comunicación. 9. v. Medios de comunicación. 10. *ret.* Figura que consiste en consultar la persona que habla el parecer de aquella o aquellas a quienes se dirige, amigas o contrarias, manifestándose convencida de que no puede ser distinto del suyo propio. (REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, 2016)

Los elementos de la comunicación tradicional según Levatt (1978) son:

Emisor, canal, receptor e información de retorno.

Este esquema básico ha sido tomado como modelo dentro de los distintos modelos de comunicación a nivel mundial. Éste propone que la comunicación se realiza a través de

signos, cuya función es transmitir ideas a través de mensajes. Esta operación implica la intervención de un objeto que emite el mensaje, un referente, unos signos, es decir un código, un canal o medio de transmisión y finalmente, un destinatario. El modelo anterior ha sido utilizado y replicado como referente en distintos procesos de comunicación a nivel mundial.

1.8.2 Qué es la Comunicación organizacional

Según Zepeda, en su libro denominado Psicología organizacional, la comunicación cuando es aplicada a las organizaciones, se denomina comunicación organizacional.

Esta se desarrolla naturalmente independientemente del tamaño de ésta, en consecuencia no se puede imaginar una organización en donde las personas que la integran no se comunican. Bajo esta perspectiva, la comunicación organizacional es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio. (Fernandez, 1999)

Según Carlos Ongallo, en su *texto*, Manual de comunicación, para gestionar el conocimiento, la información y las relaciones humanas en empresas y organizaciones, éstas se diferencian de otros grupos en la sociedad, porque poseen las siguientes características fundamentales:

- 1. Formalidad:** Esta se encuentra conformada por objetivos, políticas y procedimientos y normas que la sustentan.
- 2. Jerarquía:** Esta se desarrolla de manera piramidal.
- 3. Tendencia a crecer:** Esto es debido que hay distintos tipos de personas que la conforman a lo largo de su camino.
- 4. Duración:** Algunas organizaciones llegan a perdurar en la historia y trascender.

Según Strother (1963), todas las personas de una organización tienen objetivos comunes, a su vez tienen distintas funciones y sostienen una relación jerárquica.

Max Weber (1947) estudia a las organizaciones desde el punto de vista clásico y desde la burocracia. Él piensa que si una organización está bien estructurada puede

permanecer por mucho tiempo, aunque alguna de sus partes se encuentren sometidas a cambios. También considera que las relaciones de poder forman parte importante de las mismas ya que, con este se puede lograr influir en los demás y facilitar la cooperación de los y las colaboradoras.

Weber, establece tres tipos de autoridad:

Autoridad Tradicional: Está basada en la tradición.

Autoridad Burocrática: Esta se establece siguiendo reglas, normas y procedimientos.

Autoridad carismática: Esta se ejerce a través del liderazgo.

[1.8.3 Tipos de Comunicación Organizacional Interna](#)

2.3.1 Comunicación descendente

Tipo de comunicación relacionado directamente con las funciones administrativas de dirección y control, compuesta generalmente por órdenes, instrucciones, avisos, políticas, normas de información y sugerencias.

1.8.3.2 Comunicación ascendente

Es la comunicación que se establece entre personas que tiene un nivel jerárquico diferente dentro del organigrama. En este caso, es el subordinado el que establece una comunicación con su superior para hacerle llegar: sugerencias, información, peticiones y quejas. (Fuentes, 2013)

1.8.3.3 Comunicación circular

Es el tipo de comunicación que se establece entre personas que ocupan un mismo nivel jerárquico en el organigrama. Esta clase de comunicación se emplea para acelerar el flujo de información, mejorar la comprensión y coordinar los esfuerzos para el logro de objetivos. (Fuentes, 2013)

1.8.3.4 Manejo de comunicación en crisis

La comunicación de crisis es un conjunto de técnicas de comunicación destinadas a gestionar situaciones de crisis. La crisis es por naturaleza un fenómeno complicado, puesto que la percepción del acontecimiento es compleja en el entorno social de cualquier organización. No todas las crisis tienen orígenes similares y, por tanto, las

maneras de abordarlas también difieren unas de otras. Sin embargo, todas ellas, comparten ciertas características comunes tales como la sorpresa; la singularidad; la creación de una situación de urgencia; y la desestabilización.

1.8.4. Teorías de comunicación organizativa

Algunos/as directivos y directivas de organizaciones saben que la comunicación informal, predomina en su entorno y reconocen que las instrucciones que no se dan por escrito generalmente, son ignoradas o tergiversadas. Por otro lado, consideran que la comunicación de la empresa es algo sencillo que puede hacerlo cualquier persona e incluso, llegan a prescindir de esta para ahorrar presupuesto o colocan a cualquier persona en ese cargo.

Treece y Kleen (1998) opinan que los directivos no pueden elegir entre comunicar algo o no, solo les queda la comunicación positiva o negativa. Si no se comunican a través de los medios formales, estos vacíos de información serán acaparados por rumores y otros tipos de comunicación inefectiva.

Smith (1983) sostiene que las organizaciones industriales cambian, sin tener en cuenta la opinión, ni el sentir de los y las colaboradoras y que ganar la lealtad de estos resulta una tarea muy complicada.

En su documento Manual de comunicación, Carlos Ongallo cita a Daprix(1984) para presentar la analogía de que una organización es como una cuenta bancaria:

“...Si alguien realiza regularmente depósitos, también puede igualmente hacer un reintegro cuando lo necesite. Si usted nunca abre la cuenta, lo mejor que puede esperar es poder pedir un préstamo.”

La organización necesita cumplir ciertos parámetros y estándares de calidad para sobrevivir.

Para Farace (1977), en una organización son fundamentales “Las normas”, y que estas pueden estar formalmente establecidas o pueden ir ya implícitas en su proceder.

1. Estructura de comunicación o microrred: Quién comunica y hacia dónde.

2. Estructura de poder: Integrada por los poderosos y los tipos de autoridad que implementan en la organización.

3. Estructura de Liderazgo: Distribuyen el trabajo dentro del grupo, sobre todo con los que tienen más carisma y poder.

La comunicación dentro de una empresa hace que los colaboradores/as se sientan importantes e identificados con la misma. Según Farace una vez que han sido establecidas las estructuras de organización, aparece la *Macrorred*, la cual es una serie de cambios que sigue la información dentro de la organización.

Existen enlaces formales tales como los organigramas hasta pequeños enlaces denominados links.

Características de los enlaces (links):

a) Simetría: Existe simetría cuando los miembros de la organización actúan sobre las mismas condiciones y bases.

b) fuerza: Mide la frecuencia, entre más se comunican los miembros, más fuertes son.

c) Reciprocidad: Correspondencia en el proceso de la comunicación.

d) Contenido: Este puede variar y en función de la variedad determinará la comunicación.

e) Modo: Cómo se guarda la información y a través de qué canal ha sido enviado.

Los individuos establecen redes de información entre sí, quien no lo hace se somete al aislamiento.

Las personas dentro de una organización tienden a formar grupos, según Ongallo (2007) se caracterizan por cuatro criterios:

“a) Más de la mitad de la comunicación se realiza dentro del grupo

b) Cada persona está enlazada con otros miembros del grupo

c) El grupo no se deshace si desaparece una persona o enlace

d) Cada grupo tiene como mínimo tres individuos. (Ongallo, 2007)

1.8.5 Teoría de Laswell:

Este enfoque se centra en la transmisión y recepción acuciosa del mensaje a través del canal que liga al emisor con el receptor, considerado este último generalmente pasivo. Este proceso que se ve como lineal y transmisión pone poco interés en la retroalimentación y tiene la función de ofrecer la información precisa para lograr la eficiencia organizacional necesaria, pero con flujos verticales descendentes que refuerzan la autoridad de la administración. (Cisneros, Lara, Trujillo, 2010, pág. 6)

Paralelamente a este esquema de razonamiento, se diría que aristotélico, la comunicación sigue un diseño circular *quién-qué-quién*, con lo que parece que se establece un proceso que comienza y termina en el individuo y que precisa del mismo modo un medio. Finalmente, las intenciones del emisor y las condiciones del receptor marcan y caracterizan la comunicación. Este último punto no debe escaparse a un mínimo estudio del diagrama: la intencionalidad del emisor (aunque se podría argüir que la intencionalidad existe siempre bajo muy diversas formas) y las condiciones del receptor no hacen sino confirmar la estructura *sujetoobjeto- sujeto* de LASWELL.

Desde el punto de vista de esta investigación, este esquema ilustra de una forma clara lo que pueden dar en llamarse las *cuestiones elementales* del proceso de la comunicación:

1. El *quién*, que no es más que el sujeto **emisor**, el que transmite la información, consciente o inconscientemente.
2. El *qué*, que en la mayoría de autores coincide con el **mensaje**, con el contenido intrínseco de la comunicación.
3. El *porqué* o componente causal del proceso.
4. El *para quién*, que puede ser catalogado, con matices, como **receptor**. Las reservas pueden venir dadas por la involuntariedad de la recepción por una parte y por las barreras a la comunicación. En ciertos casos, el destinatario final del mensaje no es quien realmente lo recibe. (Ongallo, 2007, pág. 16)

1.8.6 Diagnóstico de Comunicación

El diagnóstico es un conocimiento aproximado de las diversas problemáticas de una población o lugar, a partir de la identificación e interpretación de los factores y actores que determinan su situación, un análisis de perspectivas y una evaluación de la misma. (Cisneros, Lara, Trujillo 2010)

Jorge Enrique Naranjo Gandarilla, en la “Biblioteca virtual de Derecho y Economía de las Ciencias sociales” en el artículo titulado Acciones comunicativas para fortalecer la Comunicación interna de los cuadros en la formación y desarrollo de la reservas de empresas azucareras en Colombia, define el diagnóstico de Comunicación de la siguiente manera:

Existen varios criterios sobre el diagnóstico, este es considerado como una herramienta para evaluar las prácticas sociales, orientadas a tener un conocimiento sistemático sobre las mismas, para reconocer fortalezas y debilidades a retomar en la planificación; acciones destinadas a generar modificaciones en la comunicación que ayuden a producir cambios positivos en el grupo, la comunidad o la institución.

El diagnóstico de comunicación es un procedimiento que se realiza para evaluar la eficiencia de los sistemas de comunicación interna de una empresa u organización. También es considerado como el método que analiza los canales, emisores, contenidos e impacto de la comunicación en la organización". (Garandilla, 2016)

Se aprecia que es más amplio, abarcador y acepta, por tanto, su aplicación tanto interna como externa.

Tipos de diagnóstico de comunicación:

Un diagnóstico puede variar según el tipo de análisis que se realiza. Está más allá del grado de participación de los miembros de la comunidad o de la organización.

a) Diagnósticos que privilegian las relaciones de comunicación interna.

b) Diagnósticos que privilegian las relaciones de comunicación externa: interinstitucional, de medios, de destinatarios o interlocutores de la organización.

a) De comunicación interna

Este diagnóstico privilegia en el análisis las relaciones de comunicación interna que establece la organización. El estrategia de comunicación debe ahondar en estos aspectos:

1. Identificación de actores más vinculados a la comunicación dentro de la institución.

2. Análisis de la percepción de su tarea, de su imagen de la institución, de la percepción de los otros miembros de la institución y de los interlocutores.

3. Identificación y análisis de las relaciones entre los distintos grupos que conforman la institución u organización.

4. Análisis y evaluación de las situaciones de comunicación: espacios, momentos comunicacionales.

5. Análisis de los mensajes que produce la institución en su contenido y forma.

6. Evaluación de los flujos y recursos comunicacionales de la institución: el tratamiento diferenciado de la información según los destinatarios.

Para ello el investigador se deberá documentar, observar, realizar cuestionarios, hacer entrevistas individuales y grupales, talleres de reflexión. También puede realizar el seguimiento y la observación de un grupo de la institución u organización, análisis discursivo de los mensajes e información proporcionada, analizar redes sociales y sitios web, el organigrama y socio grama por mencionar a grandes rasgos las fuentes de donde obtendrá la información. (Garandilla, 2016)

1.8.7 Auditoría de la imagen

En su artículo Bosovsky define a la auditoria de la imagen como:

Un diagnóstico exhaustivo y sistemático de la imagen de la empresa en todos sus aspectos: objetivos de la imagen de alta dirección, proyecto de empresa, identidad corporativa, reputación corporativa, características y efectos de la comunicación en todas las áreas de actuación, posicionamiento y rasgos diferenciales respecto a los competidores. (Bosovsky, 2005, pág. 38)

Sobre los orígenes de la auditoria de la imagen, nace de otras ciencias de índole estratégica y empresarial, pero fue posteriormente, que otros investigadores y comunicólogos como Joan Costa, Guillermo Bosovsky y Jesús Merino y Teresa Pintado incursionaron en el estudio de las estrategias de comunicación y la importancia de la metodología a utilizar en este tipo de investigaciones, a manera de que fuesen ya por si mismas una especialidad. (Bosovsky, 2005)

“(…) cuando se lleva a cabo una Auditoría de Imagen global de la empresa, es necesario revisar las actividades y todos los efectos de todos los emisores y todos públicos receptores”. (Bosovsky, 2005, pág. 31)

Bosovsky señala que existe diferencia y a la vez complementariedad entre las investigaciones puntuales, tácticas y estratégicas y las auditorías de imagen global. (Bosovsky, 2005)

Se habla de que para que la investigación sea eficaz, lo más recomendable es que esta la lleve a cabo un equipo de consultores o investigadores especializados en la temática, ajenos a la empresa, a manera de que ésta sea lo más objetiva posible.

“La Investigación de consulta a los públicos debe ser planificada de un modo inteligente y profesional, y debe tener un mix técnico adecuado, para que sea ágil, económica y a la vez suficiente”. (Bosovsky, 2005).

La Investigación puede ser aplicada a proyectos tácticos o estratégicos de Comunicación

Aun cuando la investigación sea táctica, no deja de ser estratégica en su naturaleza, una vez contenga como objeto de estudio a sus públicos o stakeholders, así como que sea coherente con los principios de la empresa u organización.

En una investigación puntual se puede utilizar un enfoque estratégico, y una mezcla de técnicas y procedimientos que pueden enriquecer mucho a una investigación de índole comunicacional.

1.8.8 La Auditoría de Imagen Global

Es uno de los paradigmas más importantes de investigación como gestión estratégica, en el marco de las funciones del Dircom (Director de Comunicación).

El diagnóstico de auditoría de imagen global recae sobre cinco cuestiones:

1. El conocimiento actual de la imagen de la empresa (públicos internos y externos).
2. La identificación de los públicos estratégicos, en la comunicación de la empresa, y evaluación del papel que están cumpliendo éstos en la formación de la imagen.
3. Patrones estratégicos dominantes, diagnóstico de pautas culturales, y estrategias perceptuales de los públicos receptores.

4. La evaluación del grado de empatía entre los públicos y empresa. Todo en ello en relación con las sensibilidades, aspiraciones, patrones culturales, estructuras ideológicas y contexto en general.

5. La evaluación de la coherencia de la empresa, entre lo que cree que es y cómo es percibida realmente por sus distintos públicos o perceptores.

Partes que comprende una auditoría de imagen global:

1. Briefing: Reunión en la que se formula y describe la imagen de la auditoria.
2. Elaboración del plan de trabajo por parte del investigador
3. Designación de un representante o contacto entre el equipo consultor y la empresa u organización.
4. Creación de las condiciones organizativas y políticas para que la auditoria de imagen, pueda ser llevada a cabo.
5. Realizar un FODA o DAFO.
6. Entrevistas a profundidad con los principales emisores de la empresa.
7. Análisis representativo de materiales institucionales que representan a la organización.
8. Análisis de piezas periodísticas, material audiovisual, radial y de identidad gráfica en general.
9. Análisis y re-análisis de informes existentes
10. Grupos focales o entrevistas a profundidad con empleados representativos, o de los principales colaboradores dentro de la organización.
11. Encuesta cuantitativa a todos los empleados de la empresa, según se requiera.
12. Entrevistas a profundidad con los líderes de opinión.
13. Entrevistas a profundidad o focus group con personas representativas.
14. Grupos focales con clientes, beneficiarios o distintos públicos
15. Encuesta (cuantitativa), a una muestra estadísticamente, representativa de clientes.
16. Encuesta (cuantitativa), a una muestra representativa de personas que no son clientes, pero forman parte de la percepción y opinión pública.
17. Análisis detallado y cruzado de cada elemento investigado.

18. Síntesis, identificación de los rasgos dominantes de la imagen, elaboración de mapas de emisores y de públicos.
19. Elaboración de recomendaciones en función de los resultados.
20. Taller de trabajo o “workshop” de presentación y discusión de resultados.
21. Elaboración de un informe final escrito. (Bosovsky, 2005)

La periodicidad, el monitoreo y evaluación de las acciones estratégicas debe realizarse con cierta periodicidad. Estas pueden ser cada seis meses, cada año, o cada dos años según lo requiera la empresa u organización. Tomando en cuenta que deben contratar una empresa especializada en sondeos de opinión en investigación y comunicación estratégica.

Con los estados de medición se logra tener una radiografía o escaneo de la empresa, posteriormente se realiza un análisis de la información obtenida con cierta periodicidad.

El Dircom (director de comunicación) debe poseer mucha información y ciertos conocimientos teóricos para sustentar las investigaciones que realiza. Un buen investigador sin teoría prácticamente, se encuentra a la deriva en este campo.

Es importante tomar consciencia del papel que juega el Dircom, en países como Guatemala, en donde las direcciones de comunicación deben fortalecerse con equipos preparados y con experiencia en la comunicación estratégica, auditoría de imagen o grupos consultores de especialistas en comunicación organizacional, para poder ir fortaleciendo esta profesión.

1.8.9 Enfoque crítico

Se interesa en el análisis de dinámicas sociales como el autoritarismo, la transformación de los conflictos y en sociedades altamente industrializadas. Su reflexión se centra en profundizar y examinar las dinámicas económicas del capitalismo, y para observarlas se concentra en el estudio de las prácticas de comunicación institucional y cómo éstas son sistemáticamente distorsionadas dando un sentido aparentemente social (Habermas, 1989) para servir a los intereses de quienes están en una posición de poder dentro de “la sociedad de instrucciones”. (Cisneros, Lara, Trujillo, 2010, pág. 10)

1.8.10 Enfoque positivista:

Los trabajos positivistas se interesaron en destacar las características de la comunicación respecto a la plataforma productiva, con énfasis tanto en la estructura como en la función. Las auditorías se interesaron en temas de comunicación interna y externa e imagen corporativa, en análisis de sociometría y en procesos de gestión de resultados”. (Cisneros, Lara, Trujillo, 2010, pág. 11)

1.8.11 Estrategia de Comunicación

Según Alberto Pérez en su libro Estrategia de Comunicación, sintetiza ésta en seis definiciones:

1. Conjunto de tácticas de comunicación.
2. Visión anticipativa
3. La adopción de una metodología para la resolución de un problema de comunicación dado.
4. Relación simbólica con el entorno.
5. La estrategia de comunicación mental
6. La estrategia de comunicación como perspectiva y visión del futuro. (Pérez, 2008)

El Manual de comunicación virtual en línea denominado “bolunta”, fundación de la diputación de Bilbao define la estrategia de comunicación de la siguiente manera:

La estrategia de comunicación es la herramienta de planificación que sistematiza de manera global, integral y coherente los objetivos generales, las tácticas, los mensajes, las acciones, los indicadores, los instrumentos y los plazos que la organización va a poner en juego para trasladar su imagen y su mensaje al exterior en un periodo determinado. Este periodo va a ser amplio - cuatro años por ejemplo-, y será operativizado por planes anuales que gradúen la consecución de los objetivos generales mediante objetivos específicos a más corto plazo, y establezca un calendario de actividades a desarrollar. Abarca un abanico muy amplio de aspectos y tareas que van desde la imagen corporativa hasta la gestión de medios, pasando por las relaciones públicas o la corrección de textos. (Bolunta, 2002)

Para crear una estrategia de comunicación, se deben tener en cuenta los siguientes factores, derivados de la estructura, funcionamiento y componentes de la organización:

- a. Participantes (número de socios y colaboradores su nivel de participación y compromiso)

- b. Disposición de medios económicos o recursos, para la contratación de servicios y optimización de los recursos.
- c. Formación de los miembros y la planificación, la comunicación estratégica requiere de personal calificado y formado en esta disciplina para el correcto desempeño, monitoreo y evaluación dentro de la organización, asociación o empresa.
- d. Conocimiento de la propia organización, es necesario el amplio conocimiento de la organización de todos los y las colaboradores. Delegando y creando capacidades en un equipo fortalecido y multidisciplinario.

Derivados del entorno y de los medios a utilizar:

- a. Dominio de la información.
- b. Dominio del entorno o contexto social
- c. Público objetivo (usuarios, beneficiarios, distintos públicos internos y externos)
- d. Medios y canales a utilizar
- e. Relaciones con los actores claves y beneficiarios (Bolunta, 2002)

2. Parte II Metodología

2.1 Enfoque

El diagnóstico de comunicación organizacional interna y externa del ProAtitlán, comprende una investigación tipo descriptiva, con un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo), y un método analítico basándose en la técnica y grupos focales.

2.2 Análisis de la Comunicación Organizacional Interna y Externa

Apegándonos a un enfoque más *funcionalista*, la cual enfatiza el trabajo de campo de la comunicación (Fuentes, 2013).

2.2.1 Objetivo General

Realizar un diagnóstico de comunicación organizacional para determinar el tipo de comunicación interna y externa existente en el Proyecto de Fortalecimiento de Gestión de los desechos sólidos ProAtitlán, Guatemala, C.A.

2.2.2 Específicos de Comunicación Interna

- Identificar la forma de comunicación existente entre la dirección desde la oficina central del CECI y la coordinación del proyecto en la oficina del ProAtitlán.
- Determinar el tipo de comunicación entre los y las colaboradores de los ejes estratégicos que conforman ProAtitlán.

2. 2.3 Específicos comunicación externa.

- Identificar el modelo de comunicación de los colaboradores del proyecto hacia la población y beneficiarios directos, así como con las autoridades locales de la cuenca.
- Determinar el tipo de comunicación del proyecto entre instituciones dentro de la cuenca.

2.3 Principales Acciones

2.3.1 Comunicación interna

- **Técnicas:**

Observación participante (guías de observación participante) dirigida a todo el personal interno del proyecto, para determinar el tipo de comunicación existente entre el personal interno.

Encuesta dirigida a todo el personal interno del proyecto.

2.3.2 Comunicación externa

Técnicas:

- **Observación participante** (guías de observación participante, pauta de evaluación durante los grupos focales) en el área de trabajo o de intervención del proyecto.
- **Grupos focales** (Guía de grupo focal y cuestionario guía) En esta actividad se realiza un sondeo de opinión con los participantes de los grupos focales, esto consiste en realizar una guía de preguntas estructurada a a COCODES, concejales de medio ambiente, Oficina Municipal de la mujer y técnicos de las instituciones locales que trabajan temáticas afines al proyecto.
Se llevarán a cabo 4 grupos focales distribuidos de la siguiente manera:

Grupo Focal Región 1:

Panajachel, Santa Catarina Palopó, San Antonio Palopó y San Andrés Semetabaj,

Participantes:

1 COCODE, 1 representante de la oficina municipal de la mujer, representante de la oficina municipal de planificación, representante de alguna institución con líneas afines a la temática ambiental, concejal de medio ambiente y residuos sólidos (AMSCLAE, JABEL YA, CONAP, AALA). Etc. Cabe mencionar que se seleccionó un representante por municipio.

Grupo Focal Región 2:

San Pedro la Laguna, San Juan la Laguna, San Pablo la Laguna y San Marcos la Laguna

Participantes:

1 COCODE, 1 representante de la oficina municipal de la mujer, representante de la oficina municipal de planificación, representante de alguna institución con líneas afines a la temática ambiental, concejal de medio ambiente y residuos sólidos (AMSCLAE, JABEL YA, CONAP, AALA). Etc. Se seleccionó un representante por municipio.

Grupo Focal Región 3:

Santiago Atitlán, San Lucas Tolimán, aldea Cerro de Oro y Santa Cruz la Laguna

Participantes:

1 COCODE, 1 representante de la oficina municipal de la mujer, representante de la oficina municipal de planificación, representante de alguna institución con líneas afines a la temática ambiental, concejal de medio ambiente y residuos sólidos (AMSCLAE, JABEL YA, CONAP, AALA). Etc. Se seleccionó un representante por municipio.

Grupo Focal Región 4:

Participantes: Sololá, San José Chacayá, Santa Lucía Utatlán y Concepción

1 COCODE, 1 representante de la oficina municipal de la mujer, representante de la oficina municipal de planificación, representante de alguna institución con líneas afines a la temática ambiental, concejal de medio ambiente y residuos sólidos (AMSCLAE, JABEL YA, CONAP, AALA). Etc. Cabe mencionar que será un representante por municipio.

2.4 Instrumentos

2.4.1 Instrumentos Comunicación Interna

2.4.1.1 Tabla guía de observación participante

Se utilizó una guía de observación participante, la cual permitió registrar en una tabla la información de una forma narrativa. Esta consiste en una descripción sistemática de eventos comportamientos y artefactos en el escenario social elegido para ser estudiado.

“La observación, especialmente la observación participante, ha sido utilizada en varias disciplinas como instrumento en la investigación cualitativa para recoger datos sobre la gente, los procesos y las culturas”. (Kawulich, 2005)

Este se realiza con acceso al primer contacto y responde a las investigaciones cualitativas.

Guía de observación

Tipo de observación: Participante

Fecha: Del 30 de mayo al 5 de junio del 2016

Lugar: Oficinas del ProAtitlán

Objetivos:

1. Definir las formas de comunicación interna que se desarrollan dentro del ProAtitlán, Descendente, ascendente, circular, comunicación en crisis.
3. Determinar los públicos con quienes más se relacionan en el día a día.

Indicadores:

1. Características de las actividades realizadas
2. Participación de los colaboradores
3. Líderes
4. Fuentes de información
5. Vías de comunicación interna y externa

6. Actitudes de los colaboradores
7. Condiciones del área de trabajo
8. Nivel de clima laboral interno

Para validarlo se le preguntará a otro técnico/a del proyecto:

¿Se entienden los enunciados y criterios a evaluar?

¿La tabla puede reflejar la realidad de lo que se percibe?

Se desarrollaron cuatro tablas, con el objetivo de identificar los distintos tipos de comunicación entre el público interno, las cuales se encuentran en el apartado de anexos para su consulta y verificación.

2.4.1.2 Cuestionario

Se realizó un cuestionario destinado a medir el nivel de identidad corporativa y percepciones del personal interno, respecto al ProAtitlán.

El cuestionario fue enviado a cada uno de los 17 técnicos del ProAtitlán a través de sus correos institucionales por medio del formulario de *google drive*, se encuentra en el apartado de anexos de este diagnóstico.

Para validarlo se le pregunto a la primera persona en contestar el cuestionario:

¿Has recibido un formulario con un cuestionario en tu correo institucional?

¿Entiendes los enunciados?

¿Podrías leerlo y contestarlo por esa misma vía?

2.4.2 Instrumentos Comunicación Externa

2.4.2.1 Guía de Grupo focal

El grupo focal es una técnica de investigación grupal cualitativa, es una técnica de “levantamiento” de información en estudios sociales. Su justificación y validación teórica se funda sobre un postulado básico, en el sentido de ser una representación colectiva a nivel micro de lo que sucede a nivel macro social, toda vez que en el

discurso de los participantes, se generan imágenes, conceptos, lugares comunes, etc., de una comunidad o colectivo social.

La técnica de los grupos focales es una reunión con modalidad de entrevista grupal abierta y estructurada, en donde se procura que un grupo de personas seleccionadas por los investigadores discutan y elaboren, desde la experiencia personal, una temática o hecho social que es objeto de investigación, por ejemplo, una detección de necesidades de capacitación o creación de una campaña de comunicación. (avdiaz.files.wordpress.com/2009/08/que20es20grupo20focal.pdf, 2009)

La validación de este instrumento se realizó con el coordinador y la subcoordinadora del ProAtitlán preguntándoles:

¿Se entiende el objetivo del grupo focal?

¿El perfil de los participantes invitados, es correcto para el objetivo de la investigación?

Objetivo del grupo focal:

Conocer la percepción de los actores claves directos y representantes de la población en general, en torno al Proyecto para la Gestión de los Residuos Sólidos –ProAtitlán-.

GUÍA DE GRUPO FOCAL ACTORES CLAVE PROATILÁN

GUIA DE GRUPO FOCAL

1. Objetivos

Objetivo de investigación

Objetivo del grupo focal

2. Identificación del moderador y observador

3. Participantes

.Listado de participantes al grupo focal

4. Guía de preguntas estímulo

5. Pauta de chequeo

Guía de preguntas estímulo

1. ¿Conocen que y a que se dedica el Proyecto ProAtitlán en su municipio?
2. ¿Desde hace cuánto tiempo trabaja el proyecto en su municipio?
3. ¿Recuerda alguna campaña de comunicación? (spot de radio o televisión).
4. ¿De qué trataban los spots de radio y televisión?
5. ¿Con quiénes del ProAtitlán ha tenido más contacto o ha sido más cercano a su municipio?
6. ¿Por qué medios se comunican con ustedes el personal de ProAtitlán?
7. ¿En su municipio se separan los residuos sólidos o basura?
8. ¿Qué tipos de separación residuos sólidos existen en su municipio?
9. ¿Cuáles son los medios de comunicación más escuchados en su municipio o comunidad?
10. ¿Cuáles son los medios de comunicación más escuchados en su municipio o comunidad?
11. ¿En qué medios de comunicación masivos, comunitarios y/o tradicionales recomienda divulgar los spots o campañas?

La matriz en donde se registró cada uno de los grupos focales, se encuentra en el apartado de anexos.

2.5 Fuentes

2.5.1 Primarias

Dentro de las fuentes primarias de investigación consideradas para realizar este diagnóstico se pueden encontrar:

- Entrevistas al coordinador subcoordinadora del proyecto y actores clave
- Convenios
- Planes Estratégicos
- Sondeos de opinión

2.5.2 Secundarias

En lo que respectan las fuentes secundarias que complementan a las fuentes primarias:

- Folletos
- Guías
- Libros y estrategias de comunicación de proyectos de Desechos Sólidos en la Cuenca del Lago de Atitlán
- Sitios web

2.6 Población y muestra

2.6.1. Población Comunicación Interna

Para medir la comunicación interna se realizó una encuesta con una entrevista estructurada al cien por ciento de la población la cual está constituida por 17 colaboradores de la oficina técnica del proyecto.

Las tablas guías de observación participante para medir la comunicación interna también se realizaron al 100% de la población.

2.6.2 Población Comunicación Externa

Para medir la comunicación externa en el caso de los grupos focales se realizó un muestreo por cuota, quiere decir que las personas entrevistadas son individuos más “representativos” o “adecuados” reúnen determinadas características o perfiles específicos para realizar este tipo de investigación grupal ya que se eligieron a los representantes de las municipalidades, consejos comunitarios de desarrollo-COCODES-y principales actores clave de forma intencional.

El muestreo por cuotas es una técnica de muestreo no probabilístico en donde la muestra reunida tiene la misma proporción de individuos que toda la población con respecto al fenómeno enfocado, las características o los rasgos conocidos.

(EXPLORABLE, 2016)

2.7 Método de Análisis

2.7.1 Análisis Comunicación Interna

El tipo de investigación de este diagnóstico descriptivo con enfoque mixto.

Para diagnosticar la comunicación interna dentro del ProAtitlán se procedió a realizar una observación participante durante una semana y todo ello se registró en las tablas de observación participante.

También se realizó una encuesta a todo el personal de la oficina técnica, con un cuestionario estructurado el cual fue tabulado y los resultados se presentaron mediante gráficas.

2.7.2 Análisis Comunicación Externa

Para la comunicación externa se realizaron cuatro grupos focales, a los actores clave primarios que interactúan con el ProAtitlán, elegidos intencionalmente por el perfil y beneficio directo que tienen con el proyecto.

Para ello se creó una guía estructura de entrevista del grupo focal registrada en una matriz, elaborada especialmente para que el moderador y observador vaciaran los datos captados durante la reunión.

2.8 Plan de Trabajo

A continuación se presenta el plan de trabajo anexo a este documento en formato de Excel, como cronograma de trabajo de mayo a julio del 2016.

a.8 CRONOGRAMA DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL INTERNO Y EXTERNO DEL PROYECTO PROATITLÁN

					junio					julio				
		SEM 2 9-14	SEM 3 16-21	SEMA 4 23-31	SEM 1 1-4	SEM 2 6-11	SEM 3 13-18	SEM 4 20-25	SEM 5 27-30	SEM 1 1-9	SEM 2 11-16	SEM3 18-23	SEM 4 25-30	
Actividades	Subactividades													Observaciones
Reunión de Instrucciones lineamientos del diagnóstico situacional y directrices por parte del Asesor	Reunión en la universidad y recepción de lineamientos.													
Elaboración del diagnóstico situacional, Parte I	Investigación documental, sondeos y entrevistas al personal del proAtitlán para la obtención de datos.													Correcciones ya recibidas y realizadas.
	Entrega del diagnóstico situacional y objetivos de forma general a la asesora.													Enviado
Presentación de Cronograma de Actividades	Realización y tabulación de encuestas y observación													
Entrega de Analisis de la Comunicación Interna, Parte 2	Analizada la información.													
Entrega de Analisis de la Comunicación Externa, FODA	Entrega de informe final con correcciones finales.													
Detalles de Preprivado y tercera parte revisada	Recepcion de diagnóstico.													
Entrega de edición revisada de todo el diagnóstico	Edición final realizada y entregada.													
Pre-privado Grupo 1	Preparación para exposición final.													
Pre-privado Grupo 2	Preparación para exposición final													

Fuente: Cronograma de actividades para el diagnóstico de comunicación externa, elaboración propia.

2.9 Diagnóstico Comunicacional

A continuación se presenta el análisis de comunicación, partiendo de la recolección de información a través de los instrumentos para medir la comunicación interna y externa.

Cada instrumento fue analizado bajo el criterio descriptivo con un enfoque analítico.

Primero se presentará el análisis de comunicación interna, para el cual se utilizaron como instrumentos de medición las tablas de observación participante una entrevista al coordinador ejecutivo, y un cuestionario en formulario electrónico al personal interno del proyecto.

Posteriormente se presenta el análisis de comunicación externa, para el cual se utilizó el cuestionario guía y tabla de primeras ideas dentro del grupo focal. En total serán analizados 4 grupos focales repartidos en regiones representativas de los 15 municipios.

Cabe mencionar que de aquí se desprende el diagnóstico comunicacional general de la institución, con el cual podremos tener una radiografía general del panorama del ProAtitlán.

2.9.1 Marco Referencial

Como base y sustento de la investigación se utilizó el paradigma de Laswell: quién dijo que, a quien, por que canal y con qué efecto. Es importante enfatizar que cada tabla de observación se analizó desde este modelo de comunicación. (InfoAmérica, 2016)

2.9.2 Comunicación descendente

Tipo de comunicación relacionado directamente con las funciones administrativas de dirección y control, compuesta generalmente por órdenes, instrucciones, avisos, políticas, normas de información y sugerencias.

2.9.3 Comunicación ascendente

Es la comunicación que se establece entre personas que tiene un nivel jerárquico diferente dentro del organigrama. En este caso, es el subordinado el que establece una comunicación con su superior para hacerle llegar: sugerencias, información, peticiones y quejas. (Fuentes, 2013)

2.9.4 Comunicación circular

Es el tipo de comunicación que se establece entre personas que ocupan un mismo nivel jerárquico en el organigrama. Esta clase de comunicación se emplea para acelerar el flujo de información, mejorar la comprensión y coordinar los esfuerzos para el logro de objetivos. (Fuentes, 2013)

2.9.5 Manejo de comunicación en crisis

La comunicación de crisis es un conjunto de técnicas de comunicación destinadas a gestionar situaciones de crisis. La crisis es por naturaleza un fenómeno complicado, puesto que la percepción del acontecimiento es compleja en el entorno social de cualquier organización. No todas las crisis tienen orígenes similares y, por tanto, las maneras de abordarlas también difieren unas de otras. Sin embargo, todas ellas, comparten ciertas características comunes tales como la sorpresa; la singularidad; la creación de una situación de urgencia; y la desestabilización.

2.9.6 Análisis de la Comunicación Interna

En esta investigación descriptiva se tomó como base la teoría de Laswell, se procedió a observar los comportamientos y actitudes de los y las colaboradoras de la organización, específicamente en los aspectos de comunicación descendente, ascendente, circular y transversal que se desarrolla dentro de esta organización durante una semana (Fuentes, 2013)

Se utilizó la técnica de observación participante así como la aplicación del modelo de comunicación de Laswell ¿Quién dice qué? ¿En qué canal? , ¿Para quién?, ¿Con qué efecto?, para la cual se diseñaron cuatro guías o tablas obtener parámetro de información y poder recoger la información de cada aspecto comunicacional, la cual se colocó en los anexos para su posterior análisis.

También se utilizó un cuestionario enviado vía correo electrónico para poder determinar el nivel de identidad del personal hacia la institución además de los tipos de comunicación que se realizan dentro de la misma.

Es importante mencionar que también se realizó una entrevista verbal al coordinador ejecutivo de la organización, de donde también se pudo recabar información importante respecto a la comunicación interna del ProAtitlán.

2.9.7 Comunicación vertical ascendente

2.9.7.1 Tablas de Observación Participante

La comunicación ascendente es la comunicación que se establece entre personas que tiene un nivel jerárquico diferente dentro del organigrama. En este caso, es el subordinado el que establece una comunicación con su superior para hacerle llegar: sugerencias, información, peticiones y quejas”. (Escobar, 2015)

Según el diagrama de Laswell se realiza de la siguiente manera:

Quién: Los colaboradores de menor jerarquía, según el organigrama (técnicos especialistas, coordinadores de área o componente y personal administrativo).

Dice qué: Mensajes e información.

A quién: A los y las colaboradoras de mayor jerarquía. (Entrevista realizada al Coordinador ejecutivo el 10 de junio del 2016).

Para qué: Para retroalimentar las instrucciones, informar sobre los resultados de obtenidos o dificultades en sus actividades dentro del proyecto.

Según el análisis de la información recogida en el instrumento de observación participante, en donde se recabaron los datos respecto a la comunicación ascendente muestra un nivel apropiado y un clima organizacional bastante abierto dentro de la institución.

Los colaboradores se expresan con confianza hacia los superiores dentro del ProAtitlán y de una manera apropiada. Existe bastante apertura para expresar ideas u opiniones dentro de la organización.

Las subcoordinadoras de eje se comunican oportuna y de forma pertinente para con la coordinación ejecutiva del ProAtitlán de una manera apropiada, informan constantemente sobre los avances de forma verbal, así como con informes y minutas de las actividades que se realizan además lo comparten en un formato de google drive en donde otros usuarios también pueden hacer modificaciones si así lo desean.

El personal o colaboradores trasladan la información oportunamente a su coordinador de área de una forma apropiada, las vías de comunicación más utilizadas son el correo electrónico, los mensajes de texto vía telefónico y los chats grupales de aplicaciones de teléfonos inteligentes.

En general la comunicación ascendente es bastante fluida, la relación del equipo hacia sus superiores es bastante apropiada, refleja confianza en los jefes.

Para que la comunicación ascendente sea excelente, debe mejorarse la coordinación entre el equipo y los superiores. La supervisión en campo es esencial para monitorear y evaluar el trabajo del equipo en el área de intervención.

2.9.7.2 Comunicación vertical Descendente

2.9.7.1 Tablas de observación Participante

A continuación se presentan los resultados presentados en la tabla 2 colocada en los anexos, la cual corresponde a la comunicación descendente que se desarrolla dentro de los mandos altos hacia los mandos medios y colaboradores de menor rango. Dichos instrumentos se encuentran en la sección de anexos para su verificación.

Utilizando el modelo de comunicación de Laswell:

Quién: Los colaboradores de mayor rango, dirección, coordinación y subordinaciones.

Dice qué: Instrucciones, mensajes e información.

A quién: A los y las colaboradoras de menor jerarquía.

Para qué: Para que sigan instrucciones, trabajen según estas y consigan los resultados del proyecto de residuos sólidos.

Según la tabla 2 el modelo de comunicación es jerárquico, las instrucciones generales vienen desde la oficina técnica de cooperación hacia la coordinación ejecutiva no obstante existe autonomía desde el ProAtitlán para ejecutar los fondos siempre y cuando estos correspondan a las líneas estratégicas del proyecto de residuos sólidos.

La Junta Directiva de AMSCLAE se reúne oportunamente con la dirección y coordinación de programa de forma apropiada, en reuniones mensuales de avances. También se le

invita periódicamente al personal de AMSCLAE para que conozca sobre los avances del personal del proyecto. Cabe mencionar que es en este aspecto debe mejorarse la comunicación debido a que esta institución representa a un socio importante dentro del marco de trabajo en la Cuenca del Lago de Atitlán y se percibe cierto nivel de competencia y falta de coordinación.

Esto quiere decir que el ProAtitlán hace reuniones informativas para informar de los avances a AMSCLAE en forma periódica, mientras que éste último en sus reuniones no incluye al proyecto de igual forma, o en ocasiones le invita a participar de una forma sesgada o limitada dentro de las reuniones.

Además, ciertos ejes estratégicos de ambas instituciones no coordinan entre sí y compiten por la notoriedad de la imagen institucional de ambos.

La directora del ProAtitlán se reúne mensualmente con el coordinador del programa además de mantener una relación estrecha y contacto mediante correos electrónicos mails y llamadas telefónicas o *Skype*.

El coordinador ejecutivo se comunican con los subcoordinadores a un nivel medianamente apropiado, en el caso que se presente un ruido de comunicación o mal entendido es resuelto de inmediato mediante un cruce de correos, llamada de atención verbal o llamada telefónica. Se debe fortalecer el conocimiento de las actividades de la cada subcoordinador así como las actividades realizadas por su equipo, sobre todo en la coordinación de actividades que signifiquen fondos y rubros presupuestarios.

El coordinador y las subcoordinadoras se expresan con confianza hacia los subordinados dentro del ProAtitlán, en nivel apropiado. Los canales de comunicación que utilizan son las reuniones (forma verbal) y correos electrónicos.

La herramienta del Google drive es un medio muy eficiente y muy utilizado entre los técnicos, no obstante a veces surgen errores de actualización lo cual en ocasiones causa desinformación o ruidos comunicacionales para los usuarios.

El coordinador de programa se comunica y dirige con respeto y oportunamente hacia los trabajadores de una forma apropiada, este prefiere comunicarse de una forma verbal.

En este aspecto se evidencia el liderazgo positivo y el grado de ética por parte de las jerarquías de la organización.

2.9.7.3 Comunicación horizontal

“Es aquella comunicación que fluye entre los miembros de la organización que no desempeñan necesariamente un mismo rol, que no están en un mismo programa, departamento o incluso entidad”. (Escobar, 2015)

Aplicando la estructura del esquema de Laswell a la comunicación transversal dentro de la organización:

Quién: Los colaboradores de mandos intermedios coordinadores de área o componente de trabajo. Técnicos especialistas de área de distinto rango.

Dice qué: Instrucciones, mensajes e información y comparación de resultados.

A quién: Entre colaboradores de distintos componentes de trabajo, no importando la jerarquía.

Para qué: Para que sigan instrucciones, trabajen según estas y consigan los resultados del proyecto de residuos sólidos.

Los colaboradores de cada componente se reúnen y comunican con frecuencia a un nivel apropiado. Las reuniones entre coordinadores y responsables de área se realizan de manera oportuna cada 15 días o cuando así lo requieran para tratar asuntos y avances en cada área de trabajo.

Los y las colaboradoras coordinan reuniones de trabajo e informativas con frecuencia a un nivel apropiado entre áreas e interactúan con confianza y respeto en la mayoría de los casos. A veces suele haber cierta desinformación cuando se coordinan actividades en donde duplican esfuerzos o no comunican el gasto de algún presupuesto para alguna actividad en el territorio de intervención.

Los técnicos presentan resultados en conjunto para el proyecto, de una forma medianamente apropiada. La rivalidad entre componentes es muy escasa ya que, existe un liderazgo positivo y un trabajo colaborativo en general.

Los coordinadores de área se reúnen con frecuencia para hablar sobre los resultados de programa a un nivel apropiado. Fuera de la reunión mensual los y las coordinadoras coordinan acciones para mejorar alguna deficiencia o falta.

La coordinación y los subcoordinadores se comunican con frecuencia y en forma oportuna, a una periodicidad apropiada para tratar asuntos laborales en su mayoría.

Existe un clima de confianza, las celebraciones por cumpleaños o días festivos se hacen de manera periódica en ambientes fuera de la oficina o adentro para promover la integración.

Considerando que es un ambiente multicultural pues dentro del equipo existen ladinos, kakchiqueles, Tzutujiles y extranjeros (Colombia, Canadá y Argentina), la tolerancia, el profesionalismo y el respeto prevalecen ante cualquier adversidad que pueda citarse.

2.9.7.4 Comunicación circular

“Es el tipo de comunicación que se establece entre personas que ocupan un mismo nivel jerárquico en el organigrama. Esta clase de comunicación se emplea para acelerar el flujo de información, mejorar la comprensión y coordinar los esfuerzos para el logro de objetivos”. (Escobar, 2015)

Modelo de Laswell aplicado a la comunicación circular dentro de la organización:

Quién: Los colaboradores de mandos intermedios coordinadores de área o componente de trabajo. Técnicos especialistas y promotores de área de igual rango.

Dice qué: Instrucciones, mensajes e información, comparación de resultados entre componentes.

A quién: A los y las colaboradores de la misma jerarquía o nivel (mandos medios) (mandos bajos).

Para qué: Para que comparen instrucciones, trabajen según estas y consigan los mismos resultados para contribuir a los resultados del proyecto de residuos sólidos ProAtitlán.

De acuerdo a los resultados de la investigación tras evaluar la tabla 4, Los colaboradores de cada componente se reúnen y comunican con frecuencia con su

equipo de trabajo a un nivel apropiado para comparar resultados obtenidos y coordinar acciones.

Los colaboradores/as trabajan en equipo las acciones de su área en un modelo apropiado, no obstante falta fortalecer la comunicación cuando realizan actividades con los municipios especialmente para coordinar sobre los fondos o recursos a necesitar para cada actividad.

Los colaboradores/as se encuentran informados de igual forma sobre las acciones a realizar dentro de su componente de trabajo a un nivel apropiado. Cabe mencionar que la organización es relativamente pequeña en cuanto al personal interno, pero el impacto que debe lograr a nivel de cuenca es bastante alto por lo que la coordinación y trabajo en equipo debe mejorarse.

El coordinador de área se comunica por igual con los y las colaboradoras a un nivel mediamente apropiado. Según una entrevista verbal algunos colaboradores no muestran el mismo interés o bien no les son transmitidas de igual forma las instrucciones o la información.

Cabe mencionar que entre estos técnicos existe una comunicación más cercana y las conversaciones se realizan los idiomas maternos de su región de origen (Tzutujil, Kakchiquel, español o francés).

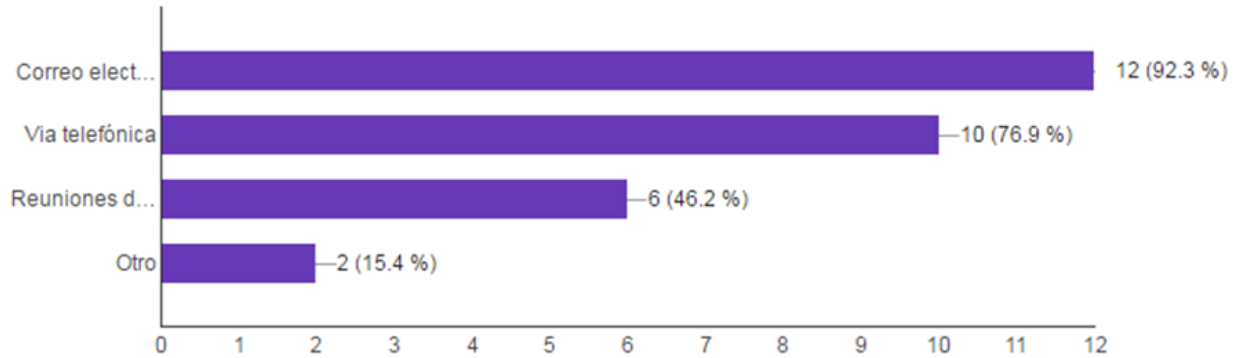
2.8 Principales Medios de Comunicación Interna

Según las tablas de observación participante y las encuestas realizadas al personal los medios de comunicación interna predominantes son los siguientes:

El correo electrónico en especial la aplicación de google drive representa el 92.3% como canal de comunicación interno más utilizado por el personal del ProAtitlán, seguido del teléfono o llamadas telefónicas las cuales representan el 76.9%, a este le sigue un 46.2 % las reuniones de equipo y en un 15.4 % indicó que otros medios tales como *chats* o aplicaciones de mensajería en teléfonos inteligentes.

Gráfica No 1

Canales de Comunicación interna más Utilizados en ProAtitlán



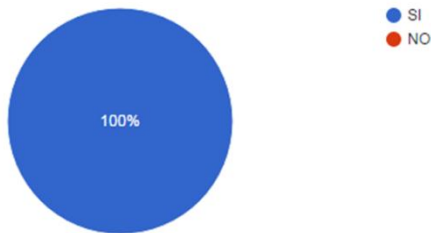
Fuente: *Elaboración Propia, tomada de encuesta vía electrónica realizada al personal interno del ProAtitlán junio del 2016.*

Como parte de la comunicación interna y externa el boletín por “Una Cuenca Puro Utz” y la red social de Facebook “Yo soy limpio Puro Utz”, también representan importantes y sobresalientes canales de comunicación, reconocidos por el personal interno. El 100% del personal encuestado manifestó que si reconocen que este boletín refleja las principales acciones que realiza el proyecto. Este boletín trimestral es de reciente creación, en mayo del 2016, realizado por el componente de sensibilización apoyado por la edición de la coordinadora de dicho eje.

De acuerdo a la encuesta realizada, para el 25% la red social “Yo soy limpio Puro Utz” no destaca los proyectos exitosos y acciones estratégicas del proyecto, mientras que para el 75 % si destaca la información.

Gráfica No. 2

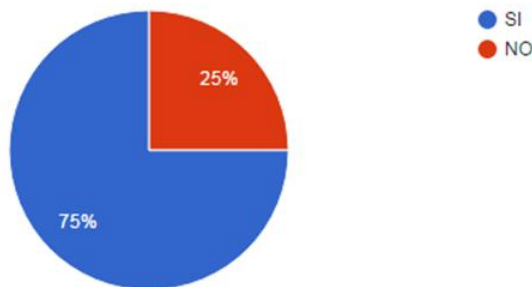
Boletín “Por Una Cuenca Puro Utz”



Fuente: *Elaboración Propia, tomada de encuesta vía electrónica realizada al personal interno del ProAtitlán junio del 2016.*

Gráfica No.3

Red social “Yo soy Limpio Puro Utz”



Fuente: *Elaboración Propia, tomada de encuesta vía electrónica realizada al personal interno del ProAtitlán junio del 2016.*

Actualmente no se cuenta con un sitio web específico del proyecto PROATITLÁN, únicamente con un apartado dentro de la red de CECI internacional, el cual se enuncia a continuación:

www.ceci.ca: <http://www.ceci.ca/es/regiones/americas/guatemala/projects-es-419/proatitlan/>

Respecto a la comunicación interna el coordinador manifestó (entrevista personal realizada al coordinador del proyecto, junio del 2016) que en caso de llamar la atención o hacer alguna observación este prefiere siempre la comunicación verbal que un memo o amonestación de tipo formal y correctiva. Este considera que una buena conversación

o recomendación es mejor hacerla de forma verbal y asertivamente, que algún tipo de instrumento más burocrático (memorándum u oficios).

2.9 Comunicación en Crisis

En cuanto a la comunicación en crisis de acuerdo al análisis realizado durante una semana y los sondeos verbales al coordinador, se constató que no existe un comité para la resolución de la misma, así como, también se carece de un plan de crisis sistematizado. (Entrevista realizada al coordinador del proyecto el 10 de junio del 2016).

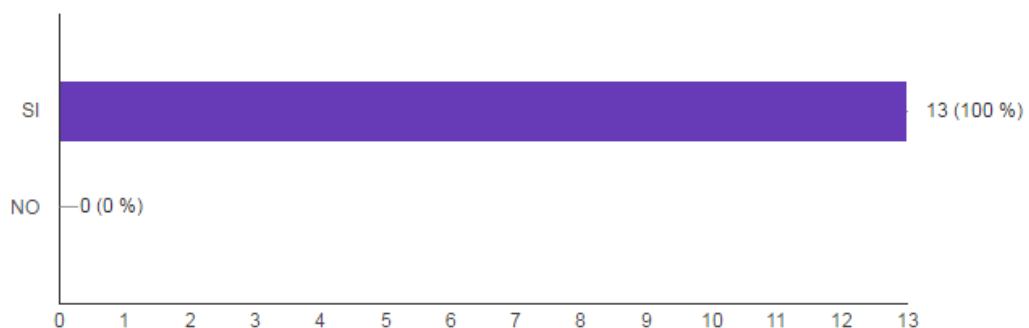
No obstante, si existe una crisis de rumor interno es resuelto de inmediato mediante reuniones o conversaciones, en donde se encaminen mejor las acciones y se resuelvan conflictos entre el personal por mencionar algunos ejemplos. El coordinador considera que la confianza es fundamental para relacionarse con su personal. (Entrevista verbal realizada al coordinador del ProAtitlán en junio del 2016)

2.10 Análisis e Interpretación de Encuestas

A continuación se presenta el análisis e interpretación de las encuestas enviadas vía correo electrónico como formulario a 17 de los y las técnicas del ProAtitlán, de los cuales respondieron 13 personas, quienes representan el 82.35% de la población.

Gráfica No.4

1. ¿Conoce el objetivo y misión del proyecto ProAtitlán? (13 respuestas)



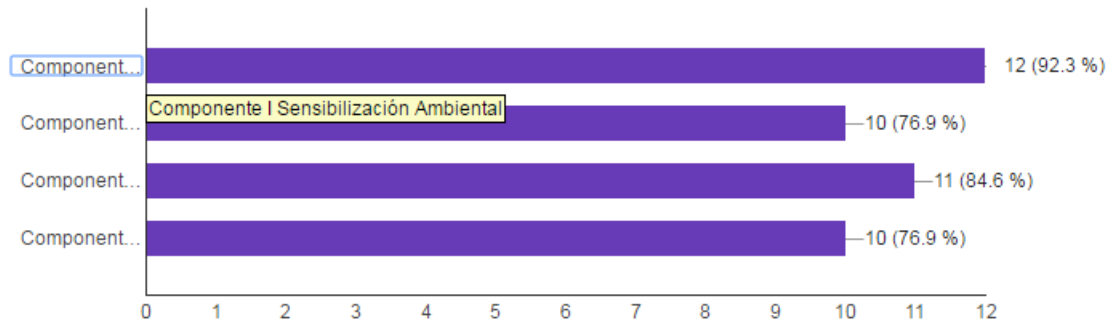
Interpretación:

De las 13 personas que respondieron el cuestionario el 100% admitió que conoce el objetivo y misión del proyecto ProAtitlán.

Pregunta 2

2. ¿Conoce cuáles son los ejes de trabajo de ProAtitlán? En caso de ser afirmativo marque las casillas.

(13 respuestas)



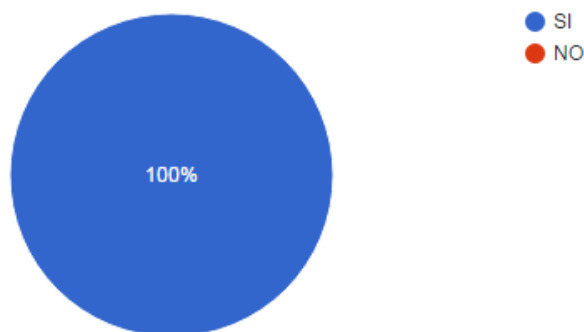
Interpretación:

En la pregunta 2, el 90% indicó en orden de prioridad conocer el componente de sensibilización seguido del 81.8 % indicó conocer el componente de Apoyo al reciclado y creación de composta y con un porcentaje equitativo del 72.7 indicó que el componente de Creación de Entidades de Gestión de residuos y Componente IV Gestión del conocimiento y comunicación estratégica.

Gráfica No 5

3. ¿Se siente satisfecho con el ambiente laboral de su organización?

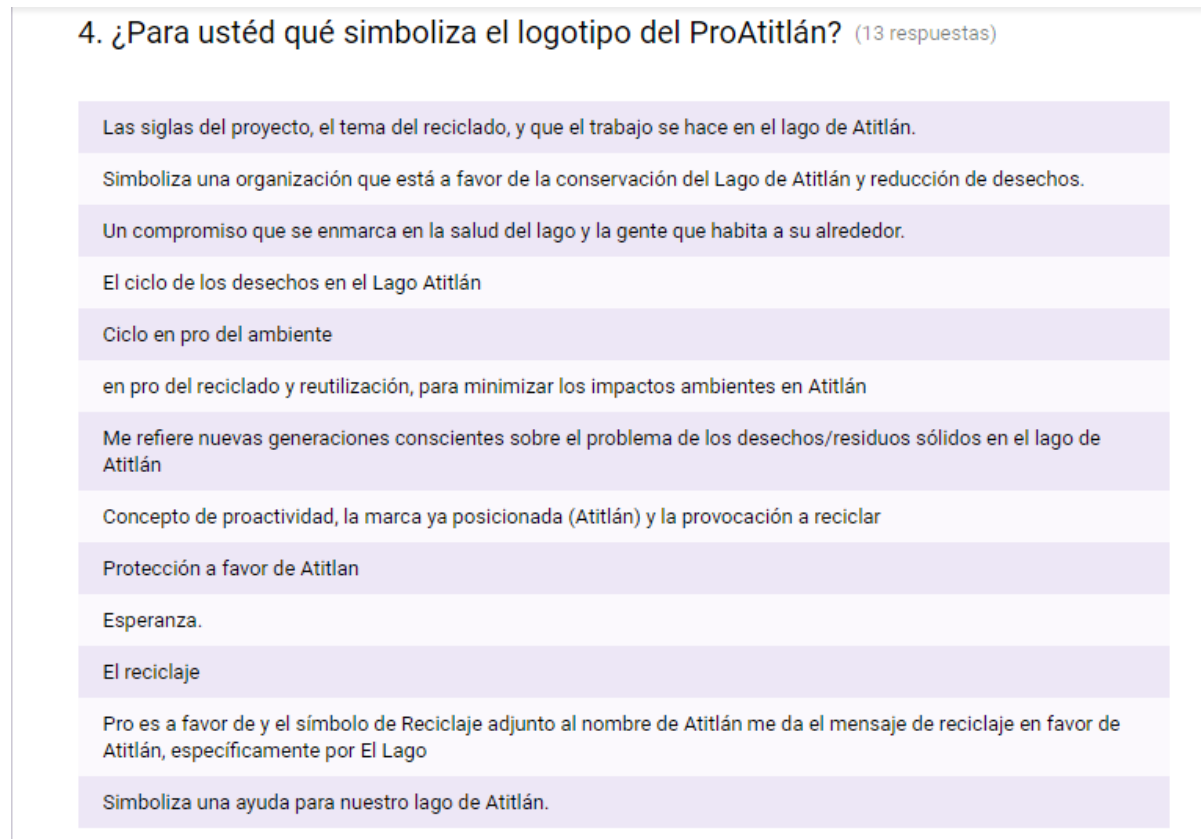
(11 respuestas)



Interpretación:

Con respecto a la pregunta 3, 11 personas de 14 encuestadas que respondieron el cuestionario manifestaron que se sienten satisfechas con el ambiente laboral de la organización. 3 personas dejaron esta pregunta en blanco.

Gráfica No.6



Interpretación:

Esta respuesta se dejó abierta para una interpretación de índole cualitativa, en la cual se puede concluir que las once personas que respondieron coinciden que el logotipo de ProAtitlán representa que es una institución que promueve el reciclado y la separación de los desechos en la Cuenca del Lago de Atitlán.

Gráfica No.7

5. ¿Qué es lo que más le llama la atención del logotipo y slogan del proyecto?

(13 respuestas)

Los colores, el símbolo del reciclado
Que destacan la limpieza y están a favor de la conservación del Lago de Atitlán.
Del logotipo la imagen del lago, y que nos sitúa como proyecto PROpositivo.
El slogan fue construido participativamente, por ello me parece que la acogida e identificación con la frase e imagen es clave para que el mensaje del manejo de desechos sólidos sea tomado con atención del público de interés.
El ciclo de reciclaje y es corto.
La creación de una cultura de educación ambiental
el símbolo de reciclaje
Del logo la identidad de los niños y del slogan la propiedad de decir "yo"..
el reciclaje
El logo del reciclaje
Los colores y que el slogan cuente con una frase en el idioma maya
Que debemos de tener presente siempre que hay que reciclar El slogan esta acorde con el idioma y el traje
La imagen del lago escondida en las letras de Atitlán

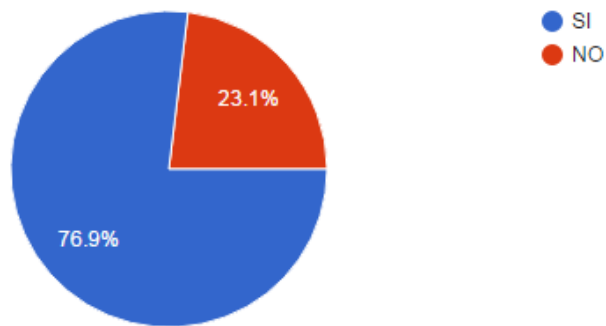
Interpretación:

En la pregunta 5 también se aprecian las respuestas abiertas de cada persona encuestada, entre lo que se percibe que a la mayoría de personas les llama la atención, los colores el símbolo del reciclaje y que tiene una frase en el idioma maya, al resto le impresiona la limpieza y la conservación de la Cuenca del lago de Atitlán.

Gráfica No.8

6. ¿Se sentiría a gusto utilizando uniforme con los colores que identifican a su proyecto?

(13 respuestas)



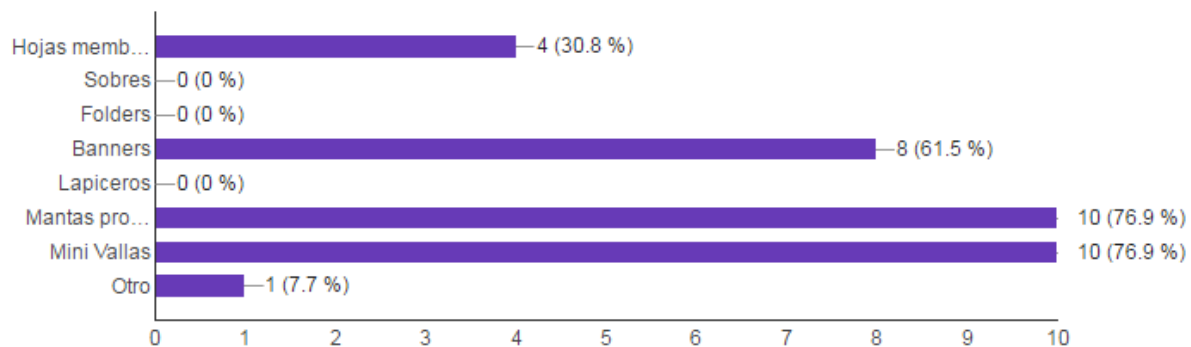
Interpretación:

El 23.1% manifestó que no se sentiría a gusto utilizando el uniforme, mientras el 76.9 % manifestó que si le agradaría usarlo.

Gráfica No.9

7. Marque con una equis el tipo de material institucional con el que cuenta su organización

(13 respuestas)



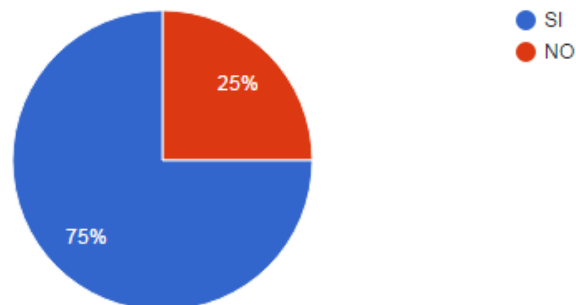
Interpretación:

La pregunta 7, refleja que el 76.9% mencionó que el material más reconocido de visibilidad son las mini vallas y las mantas promocionales, el 61.5% manifestó que los banners roll up, el 30.8 % dijo que las hojas membretadas y el 7.7% indicó que otros. El resto de opciones lapiceros y folders representan al 0% ya que no se han elaborado este tipo de materiales a la fecha dentro del proyecto.

Gráfica No. 10

8. ¿Usted cree que la red social “Yo soy Limpio Puro Utz” y de ProAtitlán destaca los proyectos exitosos y acciones estratégicos que ha realizado a diferentes clientes?

(12 respuestas)



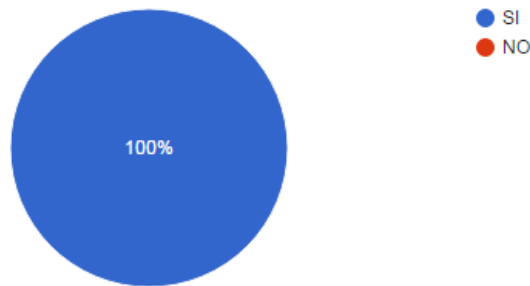
Interpretación:

En la pregunta 8, el 25% manifestó que la red social “Yo soy limpio puro Utz” no destaca los proyectos exitosos y acciones estratégicas que han realizado con los distintos públicos, mientras que el 75% manifestó que sí.

Gráfica No.11

9. ¿Usted cree que el Boletín “Por una Cuenca Puro Utz” de ProAtitlán destaca los proyectos exitosos y acciones estratégicos que ha realizado a los difentes publicos?

(13 respuestas)



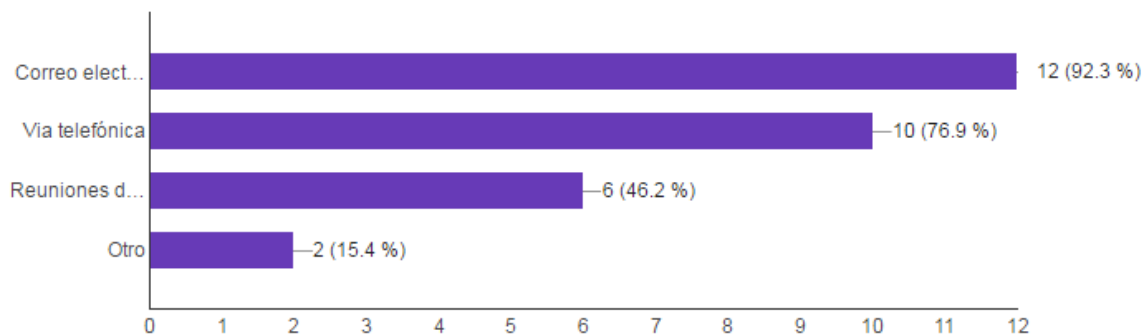
Interpretación

El 100% de los encuestados eligió la respuesta afirmativa, para indicar que el boletín “Por Una Cuenca Puro Utz” de ProAtitlán, destaca los proyectos exitosos y acciones que realiza a los distintos públicos.

Gráfica No. 12

10 ¿Por qué medios se comunican con más frecuencia dentro de la organización?

(13 respuestas)



Interpretación:

En la pregunta 10 los encuestados indicaron que el correo electrónico en especial la aplicación de Google drive representa el 92.3% como canal de comunicación interno más utilizado por el personal del ProAtitlán, seguido del teléfono o llamadas telefónicas las cuales representan el 76.9%, a este le sigue un 46.2% las reuniones de equipo y en un 15.4% indicó que otros medios tales como *chats* o aplicaciones de mensajería en teléfonos inteligentes.

3. Parte III Metodología

Diagnóstico de Comunicación Externa

Mapa de Públicos

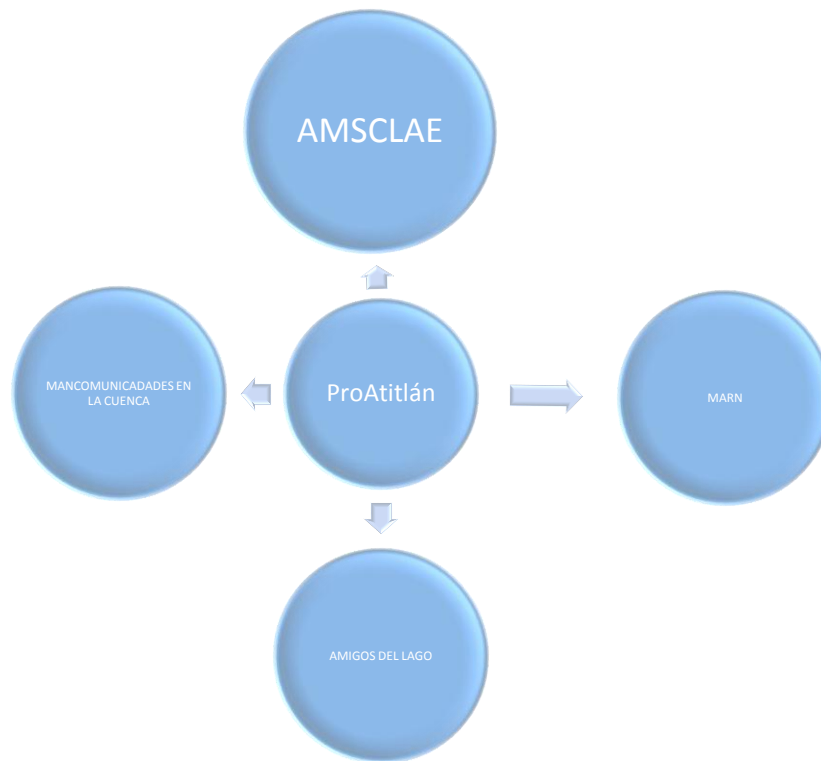
3.1. Usuarios o Beneficiarios

MAPA DE ACTORES CLAVE



Fuente: Elaboración propia

3.2. Instituciones clave con mayor relación



Fuente: Elaboración propia

Jerarquización de públicos externos

Nivel de influencia y control de información				
1	2	3	4	5
Muy bajo				Muy alto

Público	Nivel de influencia	Control de información	Importancia/Jerarquía
AMSCLAE (contraparte local)	5	3	20
Municipalidades de la Cuenca	5	3	20
Medios de Comunicación	5	4	18
Líderes de opinión	5	3	14

Ministerio de Ambiente y recursos naturales –MARN-	3	2	20
MANKATITLÁN	3	5	12
MANCLALAGUNA	3	5	12
MANCTZOLOJYA	3	5	12
Asociación Amigos del lago-AALA-	3	4	10

Nivel de influencia

		1	2	3	4	5
		Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
Control de información	1 Muy bajo	1 Terciarios	2	3	4 Secundarios	5
	2 Bajo	2 <i>(Apáticos)</i>	4	6	8 <i>(Influyentes)</i>	10
	3 Medio	3	6	9	12	15
	4 Alto	4 Secundarios	8	12	16 Claves	20
	5 Muy alto	5 <i>(Informados)</i>	10	15	20 <i>(Prioritarios)</i>	25

Terciarios (apáticos)	Secundarios (influyentes)
Instituciones	Municipalidades de la Cuenca Medios de comunicación Líderes de opinión (COCODE) Instituciones (COMUDE) (CODEDE)
Secundarios (informados)	Claves (Prioritarios)
Beneficiarios del proyecto	Beneficiarios Colaboradores Contraparte local AMSCLAE

Como se puede observar el mapa de actores y los cuadros de análisis de públicos y nivel de influencia, la relación existente entre el ProAtitlán y su contraparte local AMSCLAE es de suma importancia y tiene un alto grado de influencia entorno a la percepción de los públicos externos

Le sigue en orden de importancia su relación con las municipalidades de la cuenca, teniendo en cuenta que al principio del proyecto, ésta comenzó con cuatro municipalidades piloto: Panajachel, Sololá, Santiago Atitlán y San Pedro la Laguna. Con el tiempo la expansión del proyecto se ha hecho a enfoque de cuenca, específicamente en 15 municipios y dos aldeas.

Las instituciones a niveles de eje del CODEDE y el desarrollo en los COMUDES (consejos municipales de desarrollo) representan un importante respaldo en el caso de realizar proyectos en conjunto, en especial para la solicitud de cumplimiento de normativas. ProAtitlán debe fortalecer estos espacios tanto a nivel de coordinaciones de área, así como a nivel de promotores en algunos municipios.

Otra relación importante la constituyen los líderes de opinión, entre estos ciudadanos pertenecientes a los COCODE de cada municipio.

La percepción y la relación con el beneficiario directo del ProAtitlán, constituyen un factor importante, no obstante, debe fortalecerse la percepción y afianzar los lazos.

3.1.1 Clasificación de Públicos:

Cada organización posee su propio mapa de públicos y es importante reconocer la multiplicidad y diversidad de los stakeholders y el conjunto de relaciones e intereses que se establecen entre ellos. El perfil de cada uno de los públicos que se identificaron para el ProAtitlán deben de estudiarse para conocer dicha relación con la organización y determinar las posibles acciones a realizar para fortalecerla.

3.1.1.1 Beneficiarios, Líderes de opinión de los consejos comunitarios de desarrollo - COCODES-:

Según el documento de convenio, la Población del Proyecto de Residuos Sólidos- ProAtitlán- este beneficia directamente 160,000 personas en cuatro municipios seleccionados como piloto (Sololá, Panajachel, Santiago Atitlán y San Pedro la

Laguna). Indirectamente 321, 000 personas que habitan en la Cuenca del lago de Atitlán. (Convenio de cooperación Técnica BID/FOMIN-Centro de Estudio y de Cooperación Internacional,CECI, s.f.)

Los COCODES constituyen una figura representativa dentro de la población beneficiaria del proyecto, pues son ellos líderes de opinión de la comunidad con poder de toma de decisiones en asuntos gubernamentales y sociales dentro de ésta.

A continuación se describen las principales características de este público:

- **Geográficas:** Población de los quince municipios y dos aldeas de la Cuenca del Lago de Atitlán, en Sololá Guatemala.
- **Demográficas:** Las personas beneficiarias del proyecto son personas dedicadas a actividades económicas tales como la agricultura, pesca y pequeñas empresas de turismo en su mayoría. Algunos poseen educación hasta el nivel medio y universitario.
- **Sociales:** Las relaciones publicas entre beneficiarios e institucion son cordiales y de respeto.
- **Económicas:** En algunos municipios con mayor capacidad de servicios turisticos, tales como Panajachel varía el perfil de población algunos poseen educación hasta el nivel medio y universitario. Otros se dedican a la economía informal, agricultura y pesca como actividad económica principal.
- **Culturales e idelógicas:**Dentro de los aspectos culturales e ideológicos se encuentran los rasgos característicos de las culturas y comunidades linguisticas de la cuenca del lago Tzutujiles, kaqchiqueles, Kiches y ladinos. Respecto a estas características Orellana, en su artículo titulado “Los Tzutujiles”, describe a la comunidad Tzutujil de la siguiente manera:

Los tzutujiles (tz’utujiles) de la actualidad habitan la región situada al sur, oeste y noroeste del Lago de Atitlán. En tiempos precolombinos sus dominios se extendían desde el lago hasta las tierras aledañas de la Costa Sur. Actualmente, Santiago Atitlán es su poblado más importante.

El Pueblo y su Lengua. El tzutujil pertenece a la rama de idiomas quichés (k’iche’s), junto con el cakchiquel (kaqchikel), el quiché, el pokomam (poqomam), el uspanteco (uspanteko) y el kekchí (q’eqchi’). Es la lengua más parecida al cakchiquel. Los que la hablan habitan actualmente los pueblos de San Lucas Tolimán, Cerro de Oro, Santiago Atitlán, San Pedro La Laguna, San Juan La Laguna y San Pablo La Laguna. Atitlán significa en náhuatl ‘cerca al lago’. Su equivalente en tzutujil es chiyá. La máxima autoridad prehispánica era llamada el Ajtz’iquinajay o ‘el de la Casa del

Pájaro'. Ajz'iquinajay, Atziquinixay o Tziquinajá también se han usado a menudo, en las fuentes etnohistóricas, para designar a la antigua capital tzutujil. (Orellana, 2016)

Respecto a la cultura ladina, Miranda describe en su blog denominado "Cultura ladina" (Miranda, 2013), lo siguiente:

Los ladinos son una categoría socio cultural que en la mayor parte del área maya da nombre a la población no indígena, conformada por lo general por los mestizos hispanohablantes. En Guatemala, los ladinos constituyen un sector muy importante del total de la población, cuyos orígenes se remontan al contacto inicial entre españoles, indígenas y negros africanos" (ibid. 491) Por lo tanto debe distinguirse al ladino de otros grupos sociales dominantes en Guatemala. Sin embargo, con el paso del tiempo y el cambio en los actores y las relaciones entre los componentes de la sociedad guatemalteca –no así entre las relaciones establecidas entre el "indio" y el "otro"–, es posible que se hayan ido incluyendo otros actores en el espectro que conforma la latinidad. "...como bien lo han reconocido algunos investigadores, a veces dicho término incluye a "los blancos" y a "los extranjeros". (Miranda, 2013)

No obstante existen grupos de turismo (población flotante) que visita el lago por algún lapso de tiempo, quienes también constituyen parte importante de la población.

3.1.1.2 Municipalidades y Mancomunidades de Municipios: Estas comprenden 15 municipalidades de la Cuenca del lago Atitlán y dos aldeas, descritas en el primer capítulo. Dentro del área de cobertura y a nivel de cuenca existen tres mancomunidades MANCTZOLOJYA, MANKATITLÁN Y MANCLALAGUNA.

A continuación se describen las principales características que definen a este público:

- **Geográficas:** Tres mancomunidades, 15 municipalidades ubicadas en la cuenca norte, sur, este y oeste del lago de Atitlán y dos aldeas que pertenecen a la jurisdicción municipal de su municipio, pero cuentan con sus alcaldías auxiliares e indígenas.
- **Demográficas:** El departamento de Sololá cuenta con habitantes de distintas clases sociales, credo y población diversa, niñas y niños en edad escolar en los 4 municipios de 5 a 12 años del nivel pre-primario, primario y básico, que representan aproximadamente el 32% de la población de los municipios a nivel de cuenca.

Adolescentes y jóvenes desde los 13 a 24 años que comienzan a ser parte de la población económicamente activa y representan el 11% de la población de los 4 municipios piloto del proyecto.

Adultos mayores de 25 años que representan el 40% de la población total de los 4 municipios piloto del proyecto que conforman la mayoría de la población económicamente activa que desarrolla sus actividades productivas dentro y afuera de su municipio. (ProAtitlán, 2015, p. 8)

Al 30 de junio de 2012, según las proyecciones de población, el número de habitantes del departamento fue de 450,471, representando el 3.0% de la población total, estimada para ese año en 15, 073,375. La población creció 3.0% entre 2011 y 2012, porcentaje superior a la tasa de crecimiento nacional, que fue de 2.3%. (www.ine.gob.gt, 2012)

- **Sociales:** La relación entre la organización y las municipalidades constituyen un lazo importante para el trabajo en cada municipio.
- **Económicas:** Las municipalidades constituyen una figura de estado oficial dentro de cada municipio, son las encargadas de administrar los recursos públicos de la población.
- **Culturales e ideológicas:** Las características culturales e ideológicas son las mismas que poseen los beneficiarios y población en general dentro del marco de referencia de las culturas kakchiqueles, tzutujiles, kiches y ladinas que ya se describieron anteriormente. También predomina la ideología de los partidos políticos predominantes dentro de los concejos municipales y sus seguidores.

3.1.1.3 Instituciones Gubernamentales:

Constituyen una relación fundamental con ProAtitlán, sobre todo por las que velan por el cuidado del medio ambiente dentro del departamento de Sololá. Entre ellos el MARN, MAGA, CONAP y AMSCLAE.

A continuación se describen las principales características que definen a este público:

- **Geográficas:** Oficinas regionales de los distintos ministerios y dependencias del Estado, ubicadas en el Occidente de Guatemala.
- **Demográficas:** Oficinas de índole departamental que poseen dentro de su personal distintos perfiles formados en temáticas ambientales y de estado, la mayoría con formación a nivel medio y universitaria. El perfil de técnico especialista o consultor tiene estudios a nivel de postgrado.

- **Sociales:** Personas con alto nivel de influencia dentro del departamento, que poseen vinculos a una gran magnitud.
- **Económicas:**

Este tipo de públicos percibe un salario un poco más alto del salario mínimo guatemalteco, en ocasiones y dependiendo del renglón presupuestario bajo el que se generó el contrato reciben prestaciones y bonos adicionales de ley.

- **Culturales e ideológicas:**

En lo que respecta a los aspectos culturales e ideológicos dentro de estas instituciones existe más personal local de las comunidades lingüísticas Kakchiquel, Tzutujil, Kiche y ladina. Con variedad de religiones en especial predomina la cristiana-católica y la cristiana evangélica.

Muchos reconocen la importancia de la cosmovisión maya dentro de su entorno, pero no practican esta como religión principal.

3.1.1.4 Instituciones No Gubernamentales: Estas comprenden desde asociaciones y ONGS que trabajan dentro del territorio de influencia del ProAtitlán. En algunas los beneficiarios son los mismos, dependiendo del enfoque del proyecto, en el caso de los residuos sólidos la “Asociación amigos del lago” es la más cercana y con quien se tiene mayor relación.

Otra asociación importantes es “Vivamos Mejor” pero con esta organización aun no se ha trabajado directamente. Es importante fortalecer los lazos de comunicación.

A continuación se describen las principales características que definen a este público:

- **Geográficas**

Instituciones localizadas dentro de la cuenca del lago de Atitlán, con una oficina técnica dentro del área de cobertura.

- **Demográficas**

El personal de estas organizaciones es de origen local, ladino de la capital o de otras ciudades como Quetzaltenango o Totonicapán así como extranjeros que

supervisan el trabajo o voluntarios de las agencias donantes. El nivel de estudio varia desde el nivel medio, universitario, maestrías hasta doctorados.

- **Sociales**

Personas con diferentes hábitos y costumbres apasionadas por la vida comunitaria, trabajo social y turismo ecológico en su mayoría.

- **Económicas**

La mayoría de personas que trabajan en instituciones no gubernamentales, perciben su salario de la agencia donante y en su mayoría es facturado por servicios profesionales, sin prestaciones de ley ni derecho a vacaciones.

En algunos casos los voluntarios si gozan del derecho a vacaciones, si la agencia país así lo determina.

- **Culturales e Ideológicas**

Dentro de las características culturales e ideológicas se puede mencionar que existe un gran sincretismo y variedad en cuanto a las creencias. En lo general son ambientes tolerantes y muy diversos.

Medios de Comunicación

Los medios de comunicación es un público muy importante, ya que sin una buena relación con éstos no es posible que el proyecto se posicione y haga visible dentro de la cuenca.

A continuación se describen las principales características que definen a este público:

- **Geográficas**

Entre estos se encuentran los medios de comunicación locales con mayor cobertura dentro de la cuenca, radios comunitarias, y corresponsales de los medios nacionales.

- **Demográficas**

Los corresponsales, locutores y comunicadores de estos medios lo conforman hombres y mujeres maya hablantes (Tzutujil, kakchiquel, Kiché y español) de entre 15 a 60 años, que viven dentro del departamento de Sololá,

en su mayoría tienen el nivel primario, luego sigue el secundario y diversificado y solo un modesto porcentaje el nivel universitario.

- **Sociales**

Personas muy dinámicas y con liderazgo dentro de sus comunidades, barrios o cantones.

- **Económicas**

La mayoría de los comunicadores de la cuenca, se dedican a esta labor como un trabajo donado a su comunidad y no perciben salario alguno más que contribuciones y ofrendas en el caso de las radios comunitarias.

Por otro lado, los medios de comunicación locales se encuentran establecidos como canales locales de televisión, estos generan su salario por la publicidad y pautas de los usuarios a nivel local. En otros casos por el servicio de cable que pagan al canal los usuarios.

Los corresponsales de medios grandes, reciben un salario un poco más del mínimo oficial en Guatemala.

- **Culturales e ideológicas**

Dentro de los aspectos culturales e ideológicos, los comunicadores sociales de la cuenca son personas críticas, bien informadas y donadores de su tiempo a la comunidad, la mayoría de personas hacen esto como un servicio social.

En algunos casos, como el de las radios comunitarias(cristianas)lo hacen para percibir ingresos como ofrendas o para evangelizar dentro de la comunidad.

Los y las comunicadoras que no pertenecen a ningún grupo religioso son muy pocos y en su mayoría trabajan para canales locales de cable, o como corresponsales de medios de comunicación a nivel regional de occidente.

3.3. Análisis de identidad corporativa

“La gestión de los atributos de identidad de una organización y su comunicación a sus públicos tiene como objetivo prioritario lograr la identificación, diferenciación”. (Capriotti, 2009, págs.11 y 12)

En el caso de las organizaciones no gubernamentales o proyectos financiados por agencias internacionales, como es el caso del ProAtitlán, algunos expertos en la materia le llaman el fortalecimiento institucional o imagen institucional.

El fortalecimiento de la identidad del ProAtitlán permitirá a la organización, situarse en la mente de los públicos, facilitar la diferenciación de la organización de otras entidades, actuar como un factor de negociaciones entre el proyecto y los beneficiarios, lograr vender mejor ideas y soluciones, atraer nuevos cooperantes e inversores y conseguir mejores trabajadores. (Capriotti,2009.págs.12 y 13).

3.3.1 Análisis de la Identidad Corporativa

3.3.1.1 Signos

“El *Enfoque del Diseño* define a la Identidad Corporativa como la representación icónica de una organización, que manifiesta sus características y particularidades”. (Capriotti, 2009.pág.19)

El diccionario de la real academia de la lengua española (,2016).define al signo como:

“Objeto, fenómeno o acción material que, por naturaleza o convención, representa o sustituye a otro”.

Después de realizar los grupos focales para determinar el reconocimiento por parte de la población a nivel externo y de una encuesta para conocer la percepción del público interno, se obtuvo la siguiente información.

Al preguntársele al público interno sobre la percepción de su imago tipo, porque además del nombre lleva un grafismo o dibujo que lo representa, la mayoría coincidió que de éste les llama la atención, los colores el símbolo del reciclaje y que tiene una frase en el idioma maya, al resto le impresiona la limpieza y la conservación de la Cuenca del lago de Atitlán.

Según los grupos focales realizados en cuatro regiones respectivamente, cuando se les dijo a los actores claves participantes que evocaran o que escribieran lo que significaba para ellos la palabra o contracción ProAtitlán, estos contestaron que es un proyecto que está a favor del lago de Atitlán, que se preocupa por el medio ambiente y que todas sus actividades giran en torno a la mejora de éste. El nivel de la percepción de los grafismos que constituyen el logotipo (imago tipo) por parte del público externo es bastante alto.



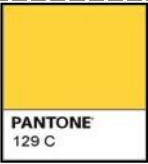

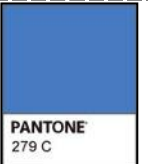

Logotipo actualizado del proyecto de residuos sólidos ProAtitlán. Fuente: Archivo del ProAtitlán

Dentro de los signos cromáticos que conforman el logotipo, se puede apreciar que predominan los colores verde y azul, reflejando así la relación entre el verde las montañas y volcanes en tonos degradados en celeste y azul del agua del lago, también se puede apreciar la descripción del nombre del proyecto en tono negro.

Dentro de los documentos encontrados dentro del proyecto ya existe una estrategia de comunicación socio ambiental, pero esta es de carácter externo y constituye más una estrategia creativa publicitaria para campañas de sensibilización, es por ello que es de vital importancia la creación de una estrategia de comunicación transversal dirigida tanto a público interno como externo.

Tampoco existe un manual de normas gráficas para el proyecto como tal, solamente uno general del CECI y UNITERRA (la agencia donante), sin embargo dentro de la estrategia de comunicación socio ambiental se plantearon la codificación de los colores institucionales inicialmente, para la creación de materiales gráficos de sensibilización.

Actualmente el proyecto solamente, utiliza el azul y verde dentro de los colores institucionales.

YO	Pantone 129 C	
SOY	Pantone 254 C	
LIMPIO	Pantone 279 C	
PURO UTZ	Pantone 375 C	

Primer slogan creado en el 2015



Actualización del slogan en el 2016



Por otro lado también se encuentra el slogan de la campaña de la primera fase de la estrategia de sensibilización socio ambiental denominado:

“Yo soy limpio puro Utz”.

Según lo establece la estrategia de sensibilización elaborada para la ejecución de campañas de este proyecto, la identidad del slogan es descrita de la siguiente manera:

YO: Como sujeto auto indicativo y auto nominativo en primera persona singular. Este enfoque personal está estrechamente relacionado con la participación y responsabilidad ciudadana que cada persona debe de adquirir, practicar e impulsar.

SOY: Constituye la acción y la individualidad que se forma con una serie de comportamientos valores y actitudes. *De eso que la persona es.*

LIMPIO: Acción de limpiar la suciedad, lo superfluo o lo perjudicial de algo. Como adjetivo deseable que representa las acciones o actitudes deseables y contrarias a la contaminación provocada por las malas prácticas perjudiciales para el ambiente.

PURO: Este adjetivo representa el contexto inocente, incorruptible y único en términos relacionados al enunciado *yo soy limpio*, por lo que apela a los valores

El sincretismo lingüístico de **puro utz**, además de hacer alusión a la convivencia armónica de diferentes grupos étnicos es uno de los sintagmas preposicionales más populares tanto entre la población indígena, la mestiza y extranjera residente.

de altruismo, bondad, compasión, dignidad, moralidad, conciencia, honestidad, integridad, excelencia y respeto.

UTZ: Para los idiomas maya Kaqchikel y Tz’utujil la palabra *utz* significa bueno o aceptable y el objetivo de incluirla dentro del mensaje es

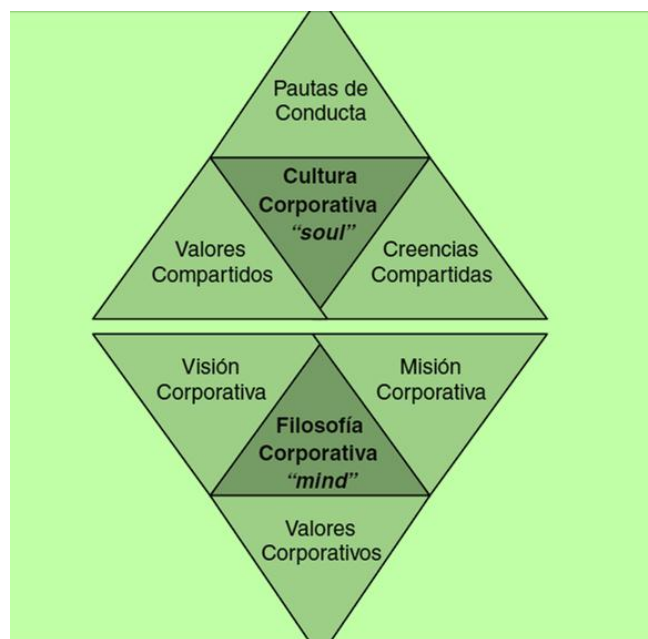
alcanzar la apropiación del mismo por parte de los público meta propuestos, además de crear un hilo conductor o símbolo previamente registrado en el imaginario colectivo. (ProAtitlán, 2015, pág. 11)

Sin embargo este slogan no es aceptado por toda la población, según el sondeo de opinión realizados en los grupos focales, específicamente, en San Pedro la Laguna,

para la población decir “puro utz” puede ser una burla, por lo que ellos sugieren que en la próxima creación de campañas la expresión sea traducida por completo al idioma Tzutujil.

Por otro lado, en el municipio de Sololá, también existen ciertos grupos que expresan que el slogan puede ser copia de otros términos existentes o de otras campañas. En realidad, son grupos minoritarios quienes lo han expresado, pero más de la mitad de la población evidenció el recuerdo de la campaña debido a esa frase.

FACTORES QUE INFLUYEN EN LA IDENTIDAD CORPORATIVA



Fuente: *Identidad Corporativa de Paul Capriotti, Factores que influyen en la identidad corporativa, pág. 23.*

3.3.1.2 Funciones

El fortalecimiento de la identidad del ProAtitlán permitirá a la organización, situarse en la mente de los públicos, según los grupos focales realizados la población identifican rápidamente a ProAtitlán como un proyecto de residuos sólidos y conservación del medio ambiente.

También fue fácil la diferenciación de la organización de otras entidades de la cuenca, además de ser percibida como una institución negociadora y eficiente entre el proyecto de residuos y los beneficiarios.

Ha logrado posicionarse con sus campañas de comunicación y vender mejor ideas y soluciones en tan solo un año y medio de ejecución, atraer nuevos cooperantes e inversores y conseguir mejores trabajadores, debido a que la mayoría de personas tienen buenos comentarios y desean laborar en el proyecto.

De acuerdo a la investigación realizada hace falta fortalecer la relación con AMSCLAE, debido a que se percibe división por parte del público externo, quien lo manifestó recurrentemente en las intervenciones realizadas en los grupos focales.

3.4 Análisis de Identidad Corporativa

3.4.1 Elementos

Dentro de las funciones de la identidad corporativa, según Paul Capriotti en su libro *Identidad corporativa* este explica que existe diferencia entre la conducta corporativa y comunicación corporativa.

Las diferencias entre lo que la organización “*hace*” y lo que la organización “*dice que hace*” puede llegar a influir decisivamente en la formación de su imagen, ya que la coherencia informativa es fundamental, y si los públicos perciben incoherencias en el discurso de la organización, ello les llevará a dudar de los mensajes recibidos, y se guiará principalmente por el comportamiento de la entidad, sea éste voluntario o involuntario, ya que la conducta Corporativa tiene un mayor grado de credibilidad que la comunicación Corporativa, pues se considera más *natural*, y menos controlada. (Capriotti, 2009, pág. 19)

Dentro de la congruencia entre el ser y hacer del ProAtitlán, según la investigación realizada, lo que dice que hace la institución y lo que hace realmente es similar según la percepción de los públicos consultados.

No obstante hace falta seguir practicando los valores de las tres R (reducir, reciclar y reusar) evitar el uso de bolsas plásticas y duroport, así como seguir generando buenos hábitos en el día a día dentro y fuera de la institución, además de la coordinación con su contraparte local AMSCLAE.

En lo que respecta a la cultura corporativa del ProAtitlán, los técnicos especialistas de área comparten el respeto, la comunicación verbal y el trabajo en equipo. Casi no se escuchan murmullos de pasillos ni tampoco conversaciones ruidosas, tampoco faltas de respeto entre compañeros y compañeras.

Según los comentarios de algunos trabajadores, el ProAtitlán posee oficinas limpias, ordenadas y donde todo el personal tiene un espacio de trabajo.

La exigencia de trabajo es grande, y siempre se apuesta a un personal altamente productivo.

En cuanto a la filosofía corporativa, según el trabajo de observación participante realizado, se concluye que existe un liderazgo positivo por parte del coordinador ejecutivo, quien a su vez transmite eso al equipo en sus reuniones mensuales de trabajo.

Cuando una persona o componente hace algo bien le felicitan o se le reconoce el esfuerzo al equipo mediante una mención verbal. En el caso de cometer alguna falta o equivocación también se le hace saber al personal, de una manera verbal evitando las amonestaciones por escrito o descuentos salariales.

3.5 Comunicación en Crisis

De acuerdo a la descripción realizada en el apartado de comunicación interna, se recalca que no existe un manual de protocolo para manejo de crisis. Tampoco se ha creado un comité para el manejo de éstas.

Las crisis que pueden citarse dentro del contexto del ProAtilán son de índole política, enfermedades producidas por estar contacto con los residuos líquidos y sólidos (Tétanos) dentro de las plantas de tratamientos, riesgos y desastres naturales o por el mal manejo de la basura en general, por lo que debiese crearse un manual y un pequeño comité de forma más inmediata posible.

3.6 FODA

Fortalezas (internas)	Oportunidades (externas)
<ul style="list-style-type: none"> -Un proyecto de residuos sólidos financiados por la cooperación canadiense como contraparte internacional. -Un proyecto con AMSCLAE como socio local nacional. -Posee un equipo multidisciplinario fortalecido. -Cuenta con un enfoque fuerte destinado al manejo de residuos sólidos como actividad principal. -Posee un agradable clima y cultura organizacional. 	<ul style="list-style-type: none"> -Cuenta con un nivel alto de aceptación y reconocimiento por parte de los beneficiarios y público externo. -El proyecto puede obtener nuevos financiamientos o alianzas con organismos interesados en la temática. -El proyecto puede extenderse a más años de vida. -Cuenta con una buena plataforma de comunicación masiva a nivel de cuenca.
Debilidades (internas)	Amenazas (externas)
<ul style="list-style-type: none"> -Poca coordinación con su contraparte local AMSCLAE. -Duplicidad de acciones con AMSCLAE. -En ocasiones mala comunicación entre componentes internos. 	<ul style="list-style-type: none"> -Cierre de subvención por parte de Canadá y cooperantes CECI, BID, FOMIN, UNITERRA. -Poca apertura de autoridades locales para la disposición y manejo de residuos sólidos a nivel municipal. -Escaso empoderamiento del beneficiario para el cambio de hábitos y pagos de tarifas de servicios de recolección. -Mala coordinación institucional.

3.7 Análisis y Pronóstico de la Situación

3.7.1 Alternativas entre fortalezas y oportunidades

- Un proyecto de residuos sólidos financiados por la cooperación canadiense como contraparte internacional, que cuenta con alta aceptación por parte de los públicos.
- Posee un equipo multidisciplinario y fortalecido, con el cual puede extenderse y crecer por muchos más años de vida.
- Un proyecto que posee como contraparte local a AMSCLAE y a su vez puede crear nuevas alianzas estratégicas.
- Como es un proyecto enfocado a los desechos sólidos, la prioridad dentro de los proyectos de la cuenca es alta para su conservación.
- Posee un agradable clima organizacional, además de generar externamente confianza y un alto grado de visibilidad como proyecto.

3.7.2 Alternativas entre debilidades y oportunidades

- Poca coordinación con AMSCLAE pues existe cierto nivel de competitividad a nivel departamental, para ello se debe aprovechar la buena imagen y posicionamiento del proyecto ProAtitlán para seguir alcanzando los objetivos deseados.
- Se percibe débil la coordinación interinstitucional, la cual puede mejorarse incluyendo a otras organizaciones dentro la creación de campañas, aprovechando los espacios que el proyecto ya tiene.

3.7.3 Alternativas entre fortalezas y amenazas

- ProAtitlán es un proyecto fortalecido y reconocido gracias al financiamiento internacional y la contraparte local, no obstante una amenaza fuerte es el final de subvención, es por ello que el proyecto debe dejar capacidad instalada en los organismos gubernamentales y asociaciones que pueden seguir trabajando a mediano y largo plazo dentro de la cuenca.
- Cuenta con un enfoque fuerte destinado al manejo de residuos sólidos como actividad principal, pero si las autoridades locales no subsidian los servicios ni validan y hacen prácticos los reglamentos resultará más difícil cumplir con los resultados obtenidos.

3.7.4 Alternativas entre debilidades y amenazas

- La poca coordinación con su contraparte local y el final del financiamiento pueden debilitar en cierta medida al proyecto, es por ello que se deben redoblar esfuerzos para coordinar mejor las acciones y de ser posible crear nuevas alianzas estratégicas además de delegar la responsabilidad en la población y sus gobiernos locales, quienes son en verdad los protagonistas de los procesos.

3.8. Factores Influyentes directos e indirectos

3.8.1 Factores directos

Dentro de los factores directos que influyen en el ser y que hacer de la organización se encuentran los políticos partidistas en cuanto cambia el gobierno, se sueltan o dejan sin continuidad algunos procesos que se han venido negociando durante meses e incluso años.

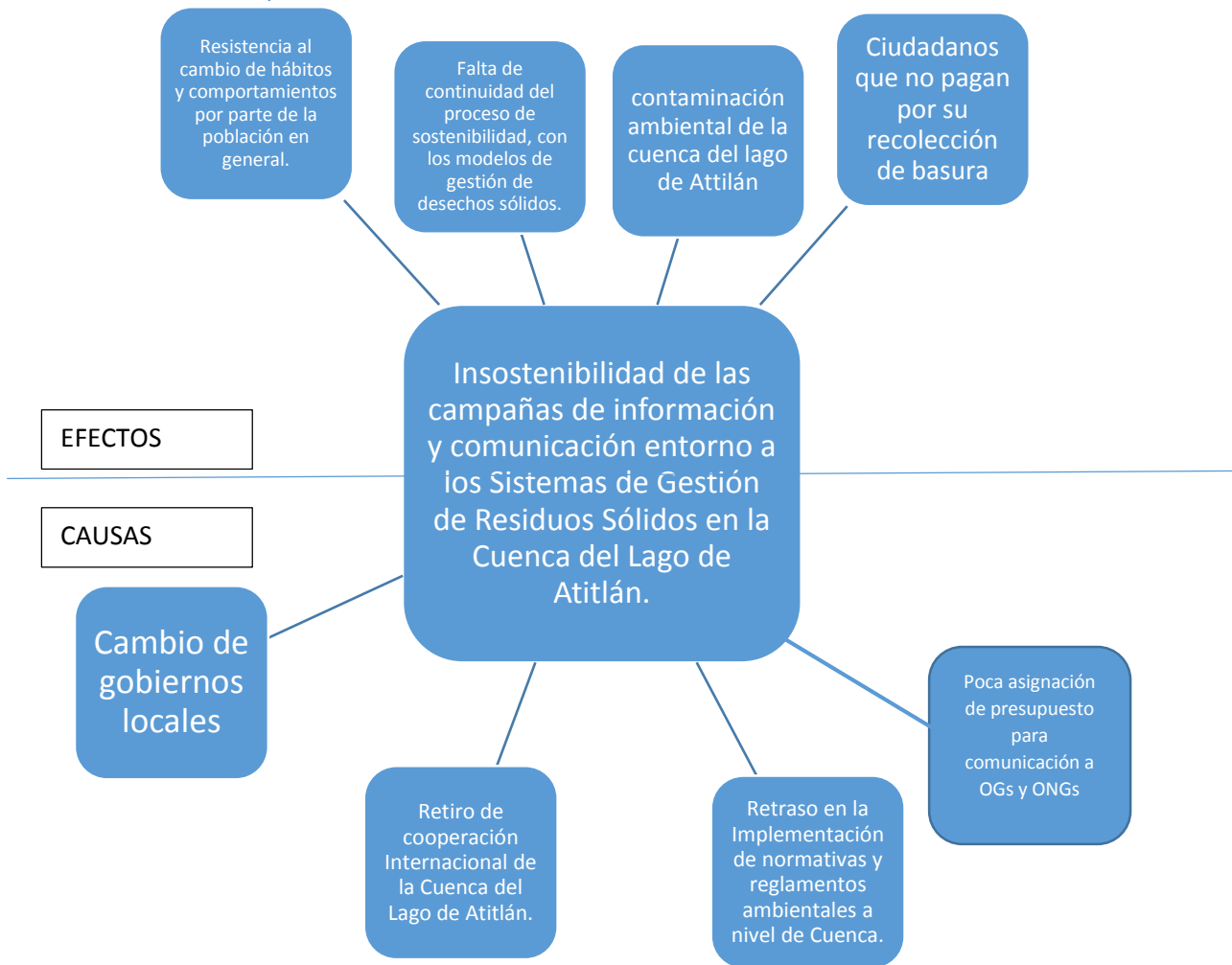
Otro factor que influye directamente, es la validación e implementación de las normativas y reglamentos de disposición de residuos sólidos a nivel de cuenca, desde el Estado o gobierno local para el pronto cumplimiento y aceptación.

3.8.2 Factores indirectos

Entre los factores indirectos que influyen dentro del ser y que hacer de la institución, se incluye la predisposición de los ciudadanos al cambio de actitud hacia la aceptación y cambio de hábitos y comportamientos en torno a la reducción de los residuos sólidos así como el pago justo de los servicios para la sostenibilidad del sistema.

Condiciones climáticas, y desastres naturales que afectan al departamento de Sololá por ser una zona de riesgo.

3.8.3 Árbol de problemas



Fuente: Elaboración propia basada en la observación participante y grupos focales realizados durante la investigación.

3.8.4 Determinación de prioridades Comunicacionales

Entre las preocupaciones más importantes que se mencionan dentro del proyecto se encuentra la insostenibilidad de los sistemas de residuos sólidos de algunos municipios de la cuenca, pues pese a que desde hace varios años otras instituciones nacionales e internaciones han invertido mucho tiempo y esfuerzo desde procesos de sensibilización y construcción de infraestructura para la gestión de los desechos sólidos en la cuenca, cada vez que hay cambio de gobierno el proceso se cae automáticamente. Se les deja

de pagar a los operarios del tren de aseo, además de dejar de darle mantenimiento a las estructuras para la disposición final.

Los técnicos especialistas del ProAtitlán, técnicos municipales y representantes de la población en general, consideran y manifiestan la necesidad de implementar de inmediato los reglamentos de residuos sólidos además, de establecer una tarifa diferenciada para el pago de la recolección de desechos.

En los grupos focales realizados con público externo, la mayoría de los participantes manifestaron que ellos separan desde el origen y que ya están reduciendo el consumo de plástico y duroport desde su casa, además expresaron que ellos si estarían dispuestos a pagar un poco más si hubiese una tarifa diferenciada para comercios y población en general siempre y cuando la municipalidad prestase un servicio comprometido y de calidad.

Otro problema identificado por el personal del ProAtitlán es la comunicación poco efectiva con la contraparte AMSCLAE. Con respecto a este tema el coordinador en varias ocasiones ha solicitado mejorar la coordinación y comunicación asertiva en las reuniones y a través de correos electrónicos.

Desde la observación participante realizada se percibe que esto es un problema de cultura laboral de AMSCLAE. La inestabilidad en su comunicación interna, se debe a que es una institución estatal que sufre de mucha presión por cambio de personal en cada cambio de gobierno, amenazas, mal clima organizacional, competencia y rivalidad entre el mismo equipo. Este modelo es trasladado así a sus relaciones externas.

Como solución inmediata la coordinación ejecutiva del ProAtitlán, sugirió hacer reuniones informativas de avances con AMSCLAE, de forma mensual y poner al tanto a todos los técnicos de la institución sobre las acciones del proyecto.

Otra solución propuesta es vincular las actividades del programa del ProAtitlán a un calendario al que tengan acceso también los técnicos de AMSCLAE, a manera de que se puedan coordinar acciones en conjunto.

4 Propuesta de Soluciones

4.1 Posibles soluciones

Además de las soluciones mencionadas en el apartado anterior también se propone las siguientes herramientas e instrumentos:

- Creación de una estrategia de comunicación general del ProAtitlán, debido a que existe una estrategia que cubre el objetivo de sensibilización pero esta debe complementarse con los objetivos comunicacionales de visibilidad, comunicación interna, comunicación externa e inter institucionalidad.
- Creación de un manual de normas gráficas para el ProAtitlán.
- Se creó recientemente, un boletín trimestral denominado “Por Una Cuenca puro Utz”, en se puede fomentar la participación de AMSCLAE y de los comunicadores municipales en la redacción de notas informativas y reportajes fotográficos. Y continuar con la relación cercana con los comunicadores municipales y procesos de fortalecimiento.
- Seguimiento a las reuniones mensuales y de índole bilateral con AMSCLAE, debido a que el personal del ProAtitlán también debe estar informado sobre el qué hacer de su contraparte local. Además de retroalimentar las acciones de inter institucionalidad con la creación de un calendario de trabajo compartido por componente.

4.2 Funciones de la Comunicación y su relación con la propuesta de Soluciones

Dentro de la propuesta de soluciones enunciado en el apartado anterior, se relacionan las siguientes funciones de la comunicación:

- **Afectiva.** Mediante la comunicación nos relacionamos emocionalmente con los demás, expresando nuestros sentimientos y afectos. Esta función de la comunicación es de gran importancia para la estabilidad emocional de las personas.
- **Reguladora.** La comunicación puede ser utilizada para regular la conducta de los demás y facilitar su adaptación a la sociedad.

- **Informativa.** A través de ella transmitimos la cultura, historia, experiencias, etc. Esta función es esencial en el ámbito educativo. (U.V., 2012)

4.3 Teorías de la Comunicación que respalden las soluciones Propuestas

Dentro de las teorías aplicadas a este diagnóstico de comunicación se encuentra la teoría de Laswell, la cual responde a la perspectiva mecánica

“Este enfoque se centra en la transmisión y recepción acuciosa del mensaje a través del canal que liga al emisor con el receptor, considerado este último generalmente pasivo. Este proceso que se ve como lineal y transmisión pone poco interés en la retroalimentación y tiene la función de ofrecer la información precisa para lograr la eficiencia organizacional necesaria, pero con flujos verticales descendentes que refuerzan la autoridad de la administración. (Cisneros, Lara, Trujillo, 2010, pág. 6)

Otra teoría que respalda las soluciones es el enfoque crítico, debido a la realidad socio política que se desarrolla en el contexto socio-cultural de la cuenca del lago de Atitlán.

Por su parte, la visión crítica se interesa en el análisis de dinámicas sociales como el autoritarismo, la transformación de los conflictos y en sociedades altamente industrializadas. Su reflexión se centra en profundizar y examinar las dinámicas económicas del capitalismo, y para observarlas se concentra en el estudio de las prácticas de comunicación institucional y cómo éstas son sistemáticamente distorsionadas dando un sentido aparentemente social (Habermas, 1989) para servir a los intereses de quienes están en una posición de poder dentro de “la sociedad de instrucciones”. (Cisneros, Lara, Trujillo, 2010, pág. 10)

También tiene un enfoque positivista debido a que éste ha prevalecido en los estudios y diagnósticos institucionales más modernos “Los trabajos positivistas se interesaron en destacar las características de la comunicación respecto a la plataforma productiva, con énfasis tanto en la estructura como en la función. Las auditorías se interesaron en temas de comunicación interna y externa e imagen corporativa, en análisis de sociometría y en procesos de gestión de resultados”. (Cisneros, Lara, Trujillo, 2010, pág. 11)

5 Estrategia de Comunicación Organizacional

5.1 Justificación

El diagnóstico de comunicación organizacional, realizado al proyecto ProAtitlán permitió conocer la situación entorno a la comunicación estratégica así cómo identificar los principales problemas dentro de éste.

Por ello es importante crear una estrategia de comunicación, que contribuya a solucionar los problemas diagnosticados además de favorecer al fortalecimiento institucional del proyecto, como una contribución a las acciones en torno al manejo integrado de los residuos sólidos en la cuenca del lago de Atitlán.

Como se mencionó anteriormente, para la elaboración de esta estrategia de comunicación se partió de un diagnóstico comunicacional, como base para definir los productos estratégicos, estrategia de mensajes, publico meta, tácticas y herramientas, cronograma de actividades, presupuesto para el corto y mediano plazo a partir de acciones de comunicación interna y externa.

5.2Objetivos

5.2.1 Objetivo General

Elaborar una estrategia de comunicación organizacional del proyecto ProAtitlán, que contribuya a la sostenibilidad de las campañas de comunicación e información en torno a la gestión de los desechos sólidos en la Cuenca del Lago de Atitlán, a través de productos estratégicos.

5.2.2. Objetivos Específicos

- Producir una estrategia de comunicación integral o plan anual de comunicación y un manual de normas gráficas que contribuya a la comunicación organizacional interna, entre el personal técnico del proyecto ProAtitlán.
- Crear productos de comunicación tales como boletines, talleres y calendarios de trabajo interinstitucionales, que promuevan la visibilidad de las acciones del proyecto a nivel interno y externo.

5.3 Públicos objetivos

5.3.1 Personal interno:

Este lo constituyen los técnicos especialistas y personal administrativo que del proyecto ProAtitlán y personal técnico y administrativo de la Autoridad para el manejo sustentable de la cuenca del lago Atitlán-AMSCLAE-.

5.3.2 Público Externo:

Este se encuentra conformado y segmentado de la siguiente manera:

Los beneficiarios directos de la estrategia de comunicación organizacional son todos los habitantes de los municipios que conforman la cuenca del lago Atitlán. Y el público meta se definió sobre la base de la edad y la responsabilidad ciudadana:

5.3.3 Niñez

Niñas y niños en edad escolar en los 4 municipios de 5 a 12 años del nivel pre-primario, primario y básico, que representan aproximadamente el 32% de la población de los municipios a nivel de cuenca.

5.3.4 Adolescencia y Juventud

Adolescentes y jóvenes desde los 13 a 24 años que comienzan a ser parte de la población económicamente activa y representan el 11% de la población de los 4 municipios piloto del proyecto.

5.3.5 Adultos

- Adultos mayores de 25 años que representan el 40% de la población total de los 4 municipios piloto del proyecto (Sololá, Panajachel, Santiago Atitlán, y San Pedro la Laguna) quienes conforman la mayoría de la población económicamente activa.

5.4 Propuesta de Soluciones

No.	Problema	Solución	Función
1	Insostenibilidad de las campañas de información y comunicación entorno a los Sistemas de Gestión de Residuos Sólidos en la Cuenca del Lago de Atitlán.	<ul style="list-style-type: none"> Creación de una estrategia de comunicación integral del ProAtitlán, debido a que existe una estrategia que cubre el objetivo de sensibilización pero esta debe complementarse con los objetivos y productos comunicacionales de visibilidad, comunicación interna, comunicación externa e inter institucionalidad. Al implementarse contribuirá a la sostenibilidad de modelos de gestión en la cuenca del lago de Atitlán y al fortalecimiento 	<ul style="list-style-type: none"> Reguladora. La comunicación puede ser utilizada para regular la conducta de los demás y facilitar su adaptación a la sociedad. En este caso normar y sistematizar los procesos de comunicación por objetivos dentro del proyecto.

		<p>institucional de las municipalidades.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creación de un manual de normas gráficas para el ProAtitlán. • Propuesta de talleres para comunicadores municipales de la Cuenca. • Creación de un boletín trimestral. • Creación dentro de un calendario compartido, con la contraparte local AMSCLAE para trasladar la responsabilidad, sostenibilidad y seguimiento de las acciones. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informativa. A través de ella transmitimos la cultura, historia, experiencias, identidad etc. Esta función es esencial en el ámbito educativo. (U.V., 2012) ▪ Afectiva. Mediante la comunicación nos relacionamos emocionalmente con los demás, expresando nuestros sentimientos y afectos. Esta función de la comunicación es de gran importancia para la estabilidad
--	--	---	---

			emocional de las personas.
--	--	--	----------------------------

5.5 Propuesta

5.5.1 Matriz de Coherencia

Objetivo General						
Elaborar una estrategia de comunicación organizacional del proyecto ProAtitlán, que contribuya a la sostenibilidad de las campañas de comunicación e información en torno a la gestión de los desechos sólidos en la Cuenca del Lago de Atitlán, a través de productos estratégicos.						
Problema	Comunicación Interna					
Insostenibilidad de las campañas de información y comunicación entorno a los Sistemas de Gestión de Residuos Sólidos en la Cuenca del Lago de Atitlán.	Objetivo específico: Producir una estrategia de comunicación y un manual de normas gráficas que contribuya a la comunicación organizacional, entre el personal técnico del proyecto ProAtitlán.					
	Productos	Objetivos de Comunicación	Tipo de Mensaje	Público objetivo	Medio de difusión	Presupuesto
	1.Estrategia de comunicación organizacional de ProAtitlán.	Implementar actividades con los objetivos comunicacionales de visibilidad, comunicación interna, comunicación externa e inter institucionalidad anuales para el	Formativo e informativo y estratégico.	Estrategia de comunicación del proyecto.	Impreso y digital.	Q345,000.00

		proyecto ProAtitlán.				
	2. Manual de normas gráficas.	Promover el uso de la identidad corporativa para el ProAtitlán.	Formativo	Diseñador gráfico comunicador social y equipo promotor.	Impreso y digital.	Q15,000
Comunicación Externa						
Insostenibilidad de las campañas de información y comunicación en entorno a los Sistemas de Gestión de Residuos Sólidos en la Cuenca del Lago de Atitlán	Objetivo específico: Crear productos de comunicación tales como boletines, talleres y calendarios de trabajo interinstitucionales, que promuevan la visibilidad de las acciones del proyecto ProAtitlán hacia los públicos externos.					
	3. Boletín trimestral digital "Por Una Cuenca Puro Utz".	Informar y visibilizar las acciones realizadas por el personal que conforma el proyecto.	Informativo	Beneficiarios, instituciones y público en general.	Formato digital	Q12,000.00
	4. Talleres de fortalecimiento con	Propiciar el fortalecimiento	Formativo	Comunicadores municipales y		Q15,000.00

	los comunicadores municipales.	institucionalidad y sostenibilidad de las campañas de comunicación socio-ambiental dentro de los municipios en la cuenca.		técnicos ambientales para la creación de mensajes y campañas de comunicación socio-ambiental.		
5.	Calendario de trabajo interinstitucional con AMSCLAE .	Propiciar el trabajo y relación interinstitucional con AMSCLAE para lograr la sostenibilidad de los modelos de gestión de residuos sólidos a través de campañas y actividades de sensibiliza	Informativo	Colaboradores del ProAtitlán, AMSCLAE y equipo interinstitucional del eje de educación ambiental del CEA-UVG,AMSCLAE,MA RN YMINEDUC		Q5,000

		ción socio-ambiental.				
					TOTAL	Q392,000.00

NOTA: Consultar en la sección de anexos cada producto elaborado.

1. Estrategia de comunicación (plan de comunicación anual transversal).
2. Manual de normas gráficas del ProAtitlán.
3. Propuesta de formación para comunicadores municipales de la Cuenca del Lago de Atitlán.
4. Boletín digital, trimestral “Por Una Cuenca Puro Utz”.
5. Propuesta de Reuniones interinstitucionales con AMSCLAE.

6. Validación de la propuesta de solución (cronograma)

Se realizó una presentación al coordinador del proyecto, administradora y responsables de ejes estratégicos sobre los siguientes productos:

1. Estrategia de comunicación
2. Manual de normas gráficas del ProAtitlán
3. Propuesta de formación para comunicadores municipales de la cuenca
4. Propuesta de Taller para comunicadores de la Cuenca del lago Atitlán
5. Propuesta de reuniones mensuales y calendarios integrados de forma bilateral con –AMSCLAE- .

En este se evaluaron los siguientes criterios:

- Si gusta al personal interno lo que se propone.
- Si fue entendido por los participantes de la reunión.
- Si fue comprendido.
- Si es viable o funcional implementarlo

Dentro de las cosas más importantes es el criterio si puede ser aplicable, dentro del tiempo de vida con el que cuenta el proyecto.

7. Cronograma de implementación de la propuesta. Por meses y semanas

CRONOGRAMA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL INTERNA Y EXTERNA DEL PROYECTO PROATITLÁN															
		Agosto				Septiembre					Octubre				
		SEM 1 1-7	SEM 2 9-14	SEM 3 15-21	SEMA 4 22-31	SEM 1 1-4	SEM 2 5-11	SEM 3 12-18	SEM 4 19-25	SEM 5 26-30	SEM 1 1-9	SEM 2 10-16	SEM3 17-23	SEM 4 24-31	Observaciones
Actividades	Subactividades														
Reunión de Instrucciones lineamientos del diagnóstico situacional y directrices por parte del Asesor	Reunión en la universidad y recepción de lineamientos.														
Propuesta de Comunicación organizacional para el proyecto ProAtitlán.	Creación del producto 1: Estrategia de comunicación organizacional ProAtitlán y validación.														
	Creación del producto 2: Manual de normas gráficas y validación.														
	Creación del producto 3: Boletín trimestral digital y validación. "Por Una Cuenca Puro Utz"														
	Creación del producto 4. Plataforma de Talleres de fortalecimiento con los comunicadores municipales y validación.														
	Creación del producto 5 Calendario de trabajo interinstitucional con AMSCLAE														
	Entrega de primera versión de propuesta al revisor de la universidad.														
	Impresión de informe final.														
	Verificación de mejoras y eventual aprobación del informe por la Comisión														
	Examen privado														
	Entrega de informe final al proyecto ProAtitlán.														

8. Plan de Monitoreo y evaluación (con cronograma)

Producto	Indicadores cuantitativos	Indicadores Cualitativos	Medios de verificación	E	F	M	A	M	J	A
				N	E	A	B	A	U	G
				B	R	R	R	Y	L	O
1.Estrategia de comunicación organizacional ProAtitlán	Se cumplen al 90% las actividades planteadas en la estrategia de comunicación.	El 90% del personal del proyecto conoce la estrategia de comunicación y participa en la ejecución, como una contribución al objetivo general del proyecto.	Documento de estrategia de comunicación organizacional y actividades y productos elaborados.							
2.Manual de normas gráficas	Se cumplen al cien por ciento las normativas gráficas para el Proyecto ProAtitlán.	El cien por ciento de los ejes estratégicos conoce el uso adecuado del logotipo y se identifica con su imagen institucional y cooperantes.	Documento de Manual de normas gráficas socializado y validado por la coordinación del ProAtitlán.							
3.Boletín trimestral digital "Por Una Cuenca Puro Utz"	4 boletines publicados durante el calendario de ejecución.	El ochenta por ciento de los colaboradores e instituciones conocen el boletín "Por Una Cuenca Puro Utz".	Boletines digitales editados, Publicados y divulgados.							

4. Talleres de fortalecimiento con los comunicadores municipales.	Realizados 3 módulos trimestrales de formación para comunicadores	Los comunicadores sociales de la Cuenca replican al ochenta por ciento los conocimientos adquiridos en los talleres de comunicación con enfoque socio-ambiental dentro de sus instituciones.	Memorias o minutas de talleres y fotografías y materiales elaborados por los comunicadores.							
5. Calendario de trabajo interinstitucional con AMSCLAE	Coordinadas 7 reuniones mensuales para cruce de calendarios transversales e institucionales con el componente de educación de AMSCLAE y el componente de sensibilización del ProAtitlán.	Al menos el setenta por ciento del eje de educación ambiental de la AMSCLAE, coordina e interactúa con el personal del componente de sensibilización del ProAtitlán.	Minutas de reuniones, calendarios de trabajos elaborados.							

9. Visión del futuro

La estrategia de comunicación planteada con sus distintos productos y soportes comunicacionales, tiene un alto grado de cumplimiento, debido a que existe apertura dentro de la institución para su ejecución.

El proyecto ProAtitlán ha demostrado dentro de su implementación un alto grado de empoderamiento en cuanto a la importancia de los procesos de la comunicación y sensibilización como un aspecto fundamental dentro de su desarrollo en la cuenca del Lago de Atitlán.

Dentro de las fortalezas existentes para la continuidad e implementación es la existencia de un equipo de sensibilización y comunicación estratégica, quienes pueden darle seguimiento y cumplimiento además, la presencia de consultores y voluntarios de comunicación tanto a nivel nacional e internacional quienes han representado una fortaleza, en la intervención, visibilidad y procesos de sensibilización dentro de los objetivos planteados a corto y mediano plazo.

El proyecto ha sido un empuje valioso para las municipalidades del departamento de Sololá, debido a que ha sido promotor de normativas y acciones que fomentan el desarrollo endógeno y transparente que poco a poco van luchando contra insostenibilidad de la gestión de los residuos sólidos, como un modelo a seguir, dentro de la cuenca del lago de Atitlán.

Conclusiones

- Según el diagnóstico realizado la comunicación interna del proyecto en sus diferentes formas ascendente, descendente, circular y horizontal, funciona en nivel muy bueno en general, las relaciones entre el personal son sanas y muy profesionales. Los coordinadores poseen un liderazgo positivo, y un equipo de alto desempeño dentro de la institución.
- De acuerdo al análisis realizado, la comunicación externa con los beneficiarios debe fortalecerse a nivel de estructuras comunitarias, para lograr el cambio de comportamiento deseado a través de la realización de las campañas de sensibilización.
- Según el análisis realizado el proyecto ProAtitlán, carece de un Manual de Crisis, o manual de procedimientos para manejo de crisis.
- El proyecto ProAtitlán ha invertido y trabajado en la visibilidad de las acciones en favor de la cuenca del lago de Atitlán, y esto hace que el proyecto tenga bastante aceptación y reconocimiento dentro del área de intervención en general.

Recomendaciones

- La comunicación a nivel interno es bastante apropiada, no obstante necesario fomentar las reuniones entre coordinadores, para la correcta planificación a nivel interno, sobre todo a nivel de asignación de rubros presupuestarios.
- Es necesario fortalecer la comunicación con los líderes locales continuar la relación interinstitucional con organizaciones que trabajan temas en común tanto gubernamentales, como no gubernamentales, entre ellas se puede mencionar el Eje de educación ambiental de Sololá, con quien ya se tiene una buena relación para la sostenibilidad de los procesos.
- Es necesaria la creación de un comité de crisis y un manual de procedimientos para prevenir y estar preparados ante cualquier crisis que o desastre que pueda suscitarse.
- Dentro de la propuesta de soluciones se recomienda la creación de una estrategia de comunicación interna integral y transversal para el proyecto ProAtitlán, en especial para fortalecer la interinsitucionalidad, visibilidad y la comunicación interna y externa, dentro de la cuenca del lago de Atitlán. Como complemento de la estrategia también debe proponerse un manual de normas gráficas para fomentar la visibilidad y posicionamiento de las acciones de impacto dentro de la cuenca del lago de Atitlán.
- La figura de DIRCOM o director de comunicaciones debe fortalecerse y desligarse de otras funciones para el correcto cumplimiento y seguimiento de los objetivos de comunicación del proyecto.

Bibliografía

- Bosovsky, G. (2005). *Investigación Estratégica y Auditoria de Imagen Global*.
- Carta de Convenio entre CECI Y BID. (30 de Septiembre de 2014). *CONVENIO*. Guatemala, Guatemala, C.A.
- Escobar, A. (Agosto de 2015). Hoja de Trabajo 2. *HOJA DE TRABAJO 2 COMUNICACIÓN INTERNA* .
- Fernandez, Z. (1999). *Psicología Organizacional* . México: Wesley Longman de México.
- Ongallo, C. (2007). *Manual de Comunicación*. Dikynson.
- Pérez, R. A. (2008). *Estrategias de Comunicación*. Barcelona: Ariel, S.A.
- Peri, P. C. (2009). *Identidad Corporativa*. Santiago, Chile: Andros Impresores.
- ProAtitlán. (2015). *Estrategia de Sensibilización Socio ambiental*. Panajachel, Sololá: Multiservicios Imprime AR.
- UNITERRA. (2016). *Uniterra Normes Graphiques*. CANADA.

E- grafía

- AMSCLAE, Unidad Informática. (2016). *amsclae.gob.gt/*. Obtenido de *amsclae.gob.gt/*:
<http://amsclae.gob.gt/nosotros>
- avdiaz.files.wordpress.com/2009/08/que20es20grupo20focal.pdf. (2009). Obtenido de
avdiaz.files.wordpress.com/2009/08/que20es20grupo20focal.pdf:
<https://avdiaz.files.wordpress.com/2009/08/que20es20grupo20focal.pdf>
- Bolunta. (2002). *www.bolunta.org*. Obtenido de *www.bolunta.org*:
<http://www.bolunta.org/manual-comunicacion/comunicacion-4-1.asp>
- Convenio de cooperación Técnica BID/FOMIN-Centro de Estudio y de Cooperación
Internacional, CECI. (s.f.). *www.iadb.org*. Obtenido de *www.iadb.org*:
<http://www.iadb.org/topics/transparency/IAD/index.cfm>
- EXPLORABLE. (2016). Obtenido de EXPLORABLE: <https://explorable.com/es/muestreo-por-cuotas>
- Fuentes, D. M. (17 de marzo de 2013). *Teorías de la Comunicación*. Obtenido de Teorías de la
Comunicación:
http://loquemepidiomiprofesora.blogspot.com/2013/03/funcionalismo_17.html
- Garandilla, J. E. (2016). *EUMEDONET*, . Obtenido de EUMEDONET: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011a/895/Diagnostico%20de%20Comunicacion.htm>
- InfoAmérica. (2016). Obtenido de InfoAmérica: <http://www.infoamerica.org/teoria/lasswell1.htm>

- Kawulich, B. B. (mayo de 2005). *FORUM QUALITATIVE SOCIAL RESEARCH SOCIALFORSCHUNG*.
Obtenido de FORUM QUALITATIVE SOCIAL RESEARCH SOCIALFORSCHUNG:
<http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/466/998>
- María Villa Cisneros; María Graciela Lara y Rebeca Trujillo. (25 de Noviembre de 2010).
<http://greis-rbk.blogspot.com/2010/11/elementos-o-pasos-para-realizar-un.html>.
Obtenido de <http://greis-rbk.blogspot.com/2010/11/elementos-o-pasos-para-realizar-un.html>: <http://greis-rbk.blogspot.com/2010/11/elementos-o-pasos-para-realizar-un.html>
- Miranda, L. E. (27 de febrero de 2013). *grupoladino1d.blogspot.com*. Obtenido de
grupoladino1d.blogspot.com: <http://grupoladino1d.blogspot.com/>
- Orellana, S. L. (2016). *www.gtcit.com*. Obtenido de www.gtcit.com:
http://www.gtcit.com/los_tzutujiles_guatemala/
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. (2016). *dle.rae.es*. Obtenido de dle.rae.es:
<http://dle.rae.es/?id=XrXR2VS>
- U.V., C. B. (22 de Octubre de 2012). *www.uv.es*. Obtenido de <http://www.uv.es>:
<http://www.uv.es/bellochc/pedagogia/EVA8.wiki?3>
- www.ceci.ca*. (2012). Obtenido de www.ceci.ca:
<http://www.ceci.ca/es/regiones/americas/guatemala/projects-es-419/proatitlan/>
- www.entrepreneur.com*. (2016). Obtenido de www.entrepreneur.com:
<https://www.entrepreneur.com/article/269009>
- www.ine.gob.gt*. (2012). Obtenido de www.ine.gob.gt:
<https://www.ine.gob.gt/sistema/uploads/2013/12/09/LrQm6TxhEtYd25S0Ma1QG9aSu94hxdIQ.pdf>
- www.psicologiadelcolor.es*. (s.f.). Obtenido de www.psicologiadelcolor.es:
<http://www.psicologiadelcolor.es/psicologia-por-colores/page/2/>

ANEXOS

INSTRUMENTOS PARA EL DIAGNÓSTICO DE PROATITLÁN

Herramientas de Comunicación Interna

Guía de observación participante

Tipo de observación: Participante

Fecha: Del 30 de mayo al 8 de junio del 2016

Lugar: Oficinas del ProAtitlán

Objetivos:

1. Definir las formas de comunicación interna que se desarrollan dentro del ProAtitlán, Descendente, ascendente, circular, comunicación en crisis.
3. Determinar los públicos con quienes más se relacionan en el día a día.

Indicadores:

1. Características de las actividades realizadas
2. Participación de los colaboradores
3. Líderes
4. Fuentes de información
5. Vías de comunicación interna y externa
6. Actitudes de los colaboradores
7. Condiciones del área de trabajo
8. Nivel de clima laboral interno

Para validarlo se le preguntó a otro técnico/a del proyecto:

¿Se entiendes los enunciados y criterios a evaluar?

¿La tabla puede reflejar la realidad de lo que se percibe?

Se desarrollaron las siguientes cuatro tablas, con el objetivo de identificar los distintos tipos de comunicación entre el público interno:

TABLA 1 COMUNICACIÓN VERTICAL ASCENDENTE

TABLA 1					
Enunciados y criterios a evaluar	Totalmente Inapropiado	Inapropiado	Medianamente Apropiado	Apropiado	Muy Apropiado
Los colaboradores se expresan con confianza hacia los superiores dentro del ProAtitlán de una manera:				X	
Las subcoordinadoras de eje se comunican oportuna y de forma pertinente para con la coordinación ejecutiva del ProAtitlán:				X	
El personal o colaboradores trasladan la información oportunamente a su coordinador de área de una forma:				X	

TABLA 2 COMUNICACIÓN DESCENDENTE

TABLA 2					
Enunciados y criterios a evaluar	Totalmente Inapropiado	Inapropiado	Medianamente Apropiado	Apropiado	Muy Apropiado
La Junta Directiva de AMSCLAE se reúne oportunamente con la gerencia y la dirección de programa de forma			X		
La coordinadora del proyecto se comunica y dirige a la coordinación ejecutiva del proyecto oportunamente y con regularidad de una manera				X	
Los superiores se expresan con confianza hacia los subordinados dentro del ProAtitlán de una manera				X	
La coordinación se comunica oportuna y de forma pertinente para con los subcoordinadores de eje de una forma				X	
Los coordinadores de área o eje trasladan la información y dan instrucciones, oportunamente al personal bajo su cargo en forma				X	

TABLA 3 COMUNICACIÓN CIRCULAR

TABLA 3					
Enunciados y criterios a evaluar	Totalmente Inapropiado	Inapropiado	Mediana mente Apropiado	Apropiado	Muy Apropiado
Los técnicos subcoordinadores de cada componente se reúnen y comunican con frecuencia con su equipo de trabajo.				X	
Los y las colaboradores/as trabajan en equipo las acciones de su área de forma				X	
Los colaboradores/as se encuentran informados de igual forma sobre las acciones a realizar dentro de su componente de trabajo de manera				X	
El coordinador de área se comunica por igual con los y las colaboradoras			X		
Los y las colaboradoras se comunican frecuente y oportunamente entre ejes estratégicos.				X	
Los y las colaboradoras coordinan reuniones de trabajo e informativas con frecuencia.				X	

TABLA 4 COMUNICACIÓN EN CRISIS

TABLA 4					
Enunciados y criterios a evaluar	Totalmente inapropiado	Inapropiado	Medianamente Apropiado	Apropiado	Muy apropiado
Existencia de un manual y comité de crisis				X	
En el momento de una crisis a nivel interno la coordinación la resuelve de una forma:				X	
En el momento de presentarse una crisis de carácter político, el equipo del ProAtitlán lo resuelve de una forma:				X	
En el momento de presentarse rumores y desinformación el personal resuelve el problema de manera:				X	
En el momento de presentarse un colapso de redes sociales o mal funcionamiento de recursos dentro de la oficina técnica, el personal resuelve su problema de una forma:			X		

ENCUESTA PARA PERSONAL INTERNO

A continuación se presenta el cuestionario que enviado cada uno de los 17 técnicos del ProAtitlán a través de sus correos institucionales por medio del formulario de google drive.

ENCUESTA DE SONDEO DE OPINION COMUNICACIÓN INTERNA PROATITLÀN

El propósito de la presente encuesta es conocer la percepción de los y las técnicos especialista del proyecto acerca de su organización entorno a la identidad corporativa y comunicación interna.

Edad _____ Sexo F ___ M ___

Profesión _____

Cargo Ocupado dentro del Proyecto _____

Instrucciones:

A continuación, se le presentarán una serie de preguntas, las cuales puede desarrollar y en otras marcar sobre el espacio de su elección.

1. ¿Conoce el objetivo y misión del proyecto ProAtitlán?

SÍ ___ NO ___

2. ¿Conoce cuáles son los ejes de trabajo de ProAtitlán? En caso de ser afirmativo por favor enumérelos. Marque las líneas de trabajo del ProAtitlán que conoce.

Componente I Sensibilización Ambiental ___

Componente II Creación de Nuevas Entidades de Gestión de Residuos ___

Componente III Apoyo al reciclado y creación de Composta ___

Componente IV Gestión del Conocimiento y Comunicación Estratégica ___

4. ¿Se siente satisfecho con el ambiente laboral de su organización?

SÍ - NO

5. ¿Para usted que simboliza el logotipo del ProAtitlán?

6. ¿Qué es lo que más le llama la atención del logotipo y slogan del proyecto?

7. ¿Se sentiría a gusto utilizando uniforme con los colores que identifican a su proyecto?

SI ___ NO ___

8. Marque con una equis el tipo de material institucional con el que cuenta su organización

Hojas membretadas ___ Sobres ___ Folders ___ Banners ___ Lapiceros ___ Mantas
promocionales ___

9. ¿Usted cree que la red social “Yo soy Limpio Puro Utz” y de ProAtitlán destaca los proyectos exitosos y acciones estratégicos que ha realizado a diferentes clientes?

SI___ NO___

10. ¿Usted cree que el Boletín “Por una Cuenca Puro Utz” de ProAtitlán destaca los proyectos exitosos y acciones estratégicos que ha realizado a diferentes públicos?

SI___ NO___

11 ¿Por qué medios se comunican con más frecuencia dentro de la organización?

Correo electrónico___ Via telefónica_____ Reuniones de equipo___ Otros_____

Para validarlo se le pregunta a la primera persona en contestar:

¿Has recibido un formulario con un cuestionario en tu correo institucional?

¿Entiendes los enunciados?

¿Podrías leerlo y contestarlo por esa misma vía?

ENCUESTA TABULADA GOOGLE DRIVE

← ENCUESTA DE SONDEO DE OPINIÓN COMUNICACIÓN INTERNA P | Se guardaron los cambios en Drive.

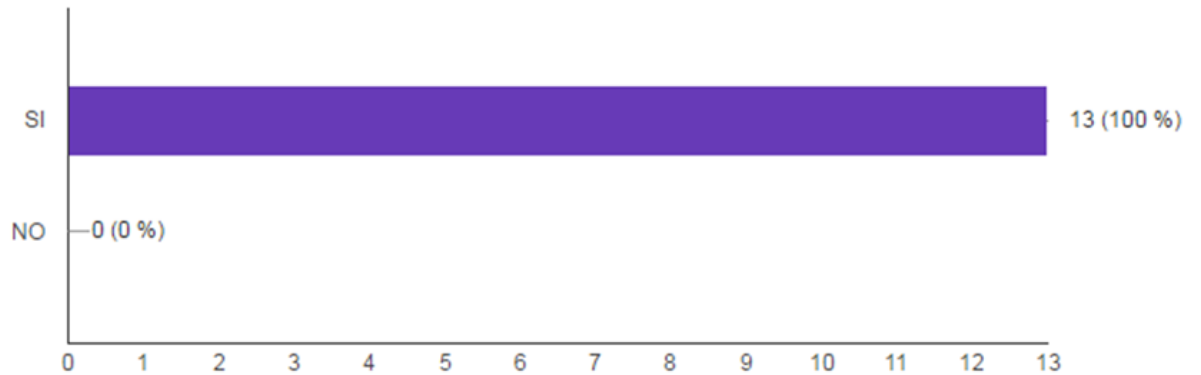
PREGUNTAS RESPUESTAS 14

Instrucciones: A continuación, se le presentarán una serie de preguntas, las cuales puede desarrollar y en otras marcar sobre el espacio de su elección.

Cargo dentro de la Organización (11 respuestas)

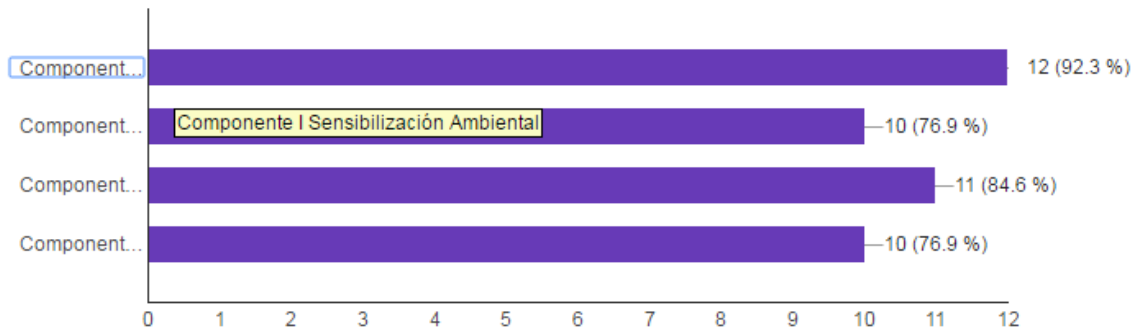
- Promotora Ambiental
- Promotora Ambiental
- Asesora
- Comunicadora Socio-Ambiental
- Modelos de Gestión
- Promotora Ambiental
- Técnico Ambiental
- Asesoría
- Tecnico Ambiental
- Promotora
- Asistente Contable administrativo

1. ¿Conoce el objetivo y misión del proyecto ProAtitlán? (13 respuestas)



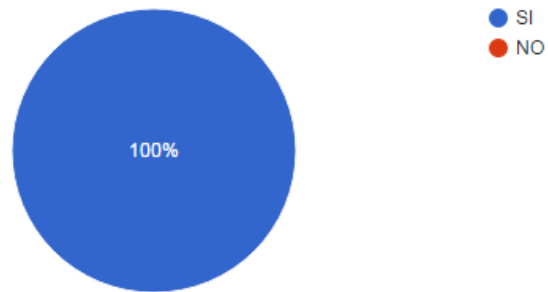
2. ¿Conoce cuáles son los ejes de trabajo de ProAtitlán? En caso de ser afirmativo marque las casillas.

(13 respuestas)



3. ¿Se siente satisfecho con el ambiente laboral de su organización?

(13 respuestas)



4. ¿Para usted qué simboliza el logotipo del ProAtitlán? (13 respuestas)

Las siglas del proyecto, el tema del reciclado, y que el trabajo se hace en el lago de Atitlán.

Simboliza una organización que está a favor de la conservación del Lago de Atitlán y reducción de desechos.

Un compromiso que se enmarca en la salud del lago y la gente que habita a su alrededor.

El ciclo de los desechos en el Lago Atitlán

Ciclo en pro del ambiente

en pro del reciclado y reutilización, para minimizar los impactos ambientes en Atitlán

Me refiere nuevas generaciones conscientes sobre el problema de los desechos/residuos sólidos en el lago de Atitlán

Concepto de proactividad, la marca ya posicionada (Atitlán) y la provocación a reciclar

Protección a favor de Atitlan

Esperanza.

El reciclaje

Pro es a favor de y el símbolo de Reciclaje adjunto al nombre de Atitlán me da el mensaje de reciclaje en favor de Atitlán, específicamente por El Lago

Simboliza una ayuda para nuestro lago de Atitlán.

5. ¿Qué es lo que más le llama la atención del logotipo y slogan del proyecto?

(13 respuestas)

Los colores, el símbolo del reciclado

Que destacan la limpieza y están a favor de la conservación del Lago de Atitlán.

Del logotipo la imagen del lago, y que nos sitúa como proyecto PROpositivo.

El slogan fue construido participativamente, por ello me parece que la acogida e identificación con la frase e imagen es clave para que el mensaje del manejo de desechos sólidos sea tomado con atención del público de interés.

El ciclo de reciclaje y es corto.

La creación de una cultura de educación ambiental

el símbolo de reciclaje

Del logo la identidad de los niños y del slogan la propiedad de decir "yo"..

el reciclaje

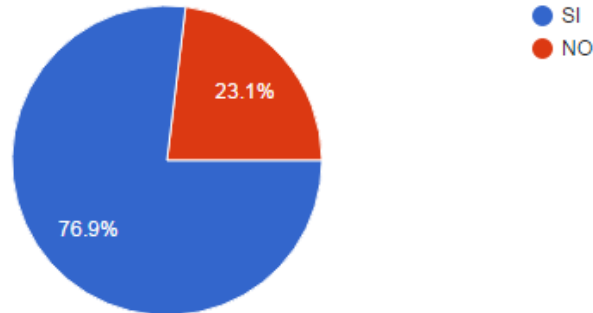
El logo del reciclaje

Los colores y que el slogan cuente con una frase en el idioma maya

Que debemos de tener presente siempre que hay que reciclar
El slogan esta acorde con el idioma y el traje

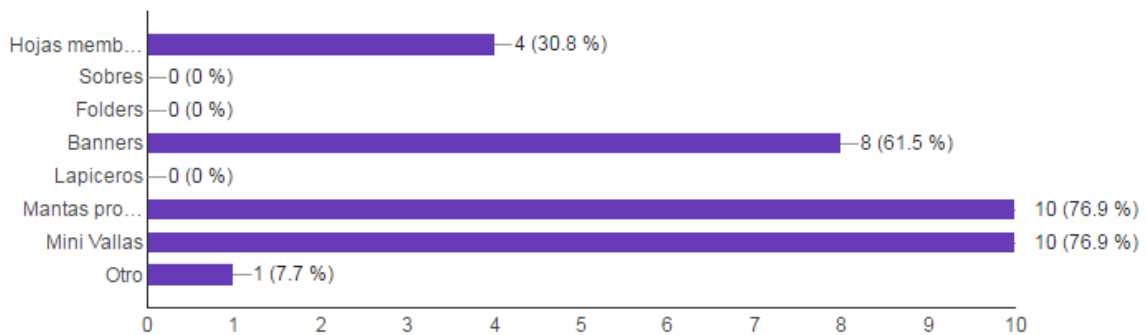
6. ¿Se sentiría a gusto utilizando uniforme con los colores que identifican a su proyecto?

(13 respuestas)



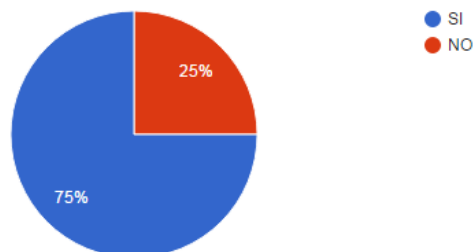
7. Marque con una equis el tipo de material institucional con el que cuenta su organización

(13 respuestas)



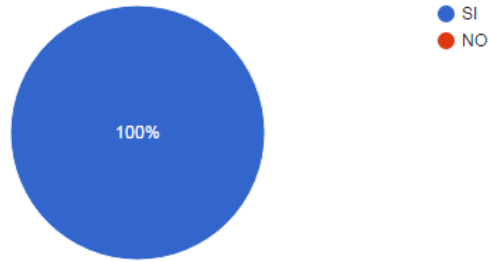
8. ¿Usted cree que la red social "Yo soy Limpio Puro Utz" y de ProAtitlán destaca los proyectos exitosos y acciones estratégicos que ha realizado a diferentes clientes?

(12 respuestas)



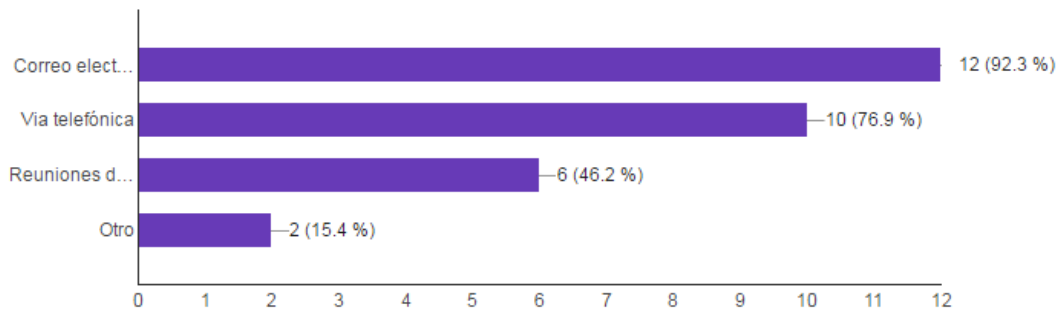
9. ¿Usted cree que el Boletín “Por una Cuenca Puro Utz” de ProAtitlán destaca los proyectos exitosos y acciones estratégicos que ha realizado a los difentes publicos?

(13 respuestas)



10 ¿Por qué medios se comunican con más frecuencia dentro de la organización?

(13 respuestas)



ENTREVISTA REALIZADA A COORDINACIÓN DEL PROATITLÁN

Entrevista realizada al coordinador ejecutivo del proyecto, para determinar su nivel de percepción respecto a la comunicación interna.

Persona Entrevistada: Ing. Ernesto Celada, 10 de junio del 2016.

1. ¿Cuánto tiempo lleva de laborar para el proyecto ProAtitlán?

“2 años”

2. ¿Considera que recibe toda la información necesaria para llevar a cabo su trabajo?

“Se recibe parcialmente”

3. ¿Cuáles son las formas de comunicación dentro de la institución?

“Verbal (personalizada), vía telefónica, correo electrónico, grupo whats up y rumores de trabajo”.

4. Si usted requiere de información que no está disponible dentro de la institución, ¿a qué o quién se avoca para obtenerla?

“A las personas que se considera que construyen, procesan o poseen la información”.

5. ¿Cuáles son las principales barreras de comunicación que usted identifica?

“1. Varios interlocutores

2. Desde la coordinación se realizan varias formas a varios niveles de operación.

3. Para el caso de detección la información directa.

4. Para el caso de promotoras no recibo información consolidada”.

6. ¿Cómo es la relación con el público externo? ¿Qué conflictos se han presentado en los últimos años? ¿Qué comentarios escucha del público externo?

“1. Con el público externo (municipalidades) es una relación prudente y respetuosa.

2. Conflictos grandes no se han presentado.

3. No persigo comentarios, ya que son mis percepciones”.

7. Si se presenta algún problema con alguno de sus compañeros de trabajo, ¿cómo lo resuelven?

“Verbalmente, con una conversación corta y una llamada de atención”.

8. ¿Cuán a menudo son las reuniones con el personal interno?

“De una a dos veces por mes”.

HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA

GUÍA DE GRUPO FOCAL

1. Objetivos

1.1 Objetivo de investigación

1.2 Objetivo del grupo focal

2. Identificación del moderador y observador

3. Participantes

3.1 Listado de participantes al grupo focal

4. Guía de preguntas estímulo

5. Pauta de chequeo

Guía de preguntas estímulo

1. ¿Conocen que y a que se dedica el Proyecto ProAtitlán en su municipio?
3. ¿Desde hace cuánto tiempo trabaja el proyecto en su municipio?
5. ¿Recuerda alguna campaña de comunicación? (spot de radio o televisión).
6. ¿De qué trataban los spots de radio y televisión?
7. ¿Con quiénes del ProAtitlán ha tenido más contacto o ha sido más cercano a su municipio?
8. ¿Por qué medios se comunican con ustedes el personal de ProAtitlán?
8. ¿En su municipio se separan los residuos sólidos o basura?
9. ¿Qué tipos de separación residuos sólidos existen en su municipio?
10. ¿Cuáles son los medios de comunicación más escuchados en su municipio o comunidad?

1. GRUPO FOCAL EN PANAJACHEL

GUÍA DE GRUPO FOCAL ACTORES CLAVE PROATILÁN

FECHA: 14 de junio del 2016

LUGAR: Biblioteca municipal de Panajachel

DURACIÓN: 9:00 a 10.30 A.M

GUIA DE GRUPO FOCAL

3. Participantes

.MATRIZ PARA REGISTRAR EL GRUPO FOCAL

OBJETIVO GENERAL DEL DIAGNÓSTICO

Realizar un diagnóstico para determinar el tipo de comunicación interna y externa existente en el Proyecto de Fortalecimiento de Gestión de los desechos sólidos ProAtitlán, Guatemala,C.A.

OBJETIVO DEL GRUPO FOCAL

Conocer la percepción de los actores claves directos y representantes de la población en general, en torno al Proyecto para la Gestión de los Residuos Sólidos –ProAtitlán-.

2. IDENTIFICACIÓN DEL MODERADOR

NOMBRE DEL MODERADOR

Haydeé de la Paz Marroquín González

NOMBRE DEL OBSERVADOR

Bárbara Rebeca Ajtujal

3. Participantes

LISTADO DE PARTICIPANTES AL GRUPO FOCAL	
1	Antonio González, Coordinador del medio ambiente de la municipalidad de Santa Catarina Palopó.
2	Cruz López, Sindico II de la municipalidad de Santa Catarina Palopó
3	Jorge Leonel Morales, coordinador de Medio Ambiente
4	Yesenia Serech Ajuijay, Técnica de la oficina municipal de la juventud de San Andrés Semetabaj
5	Juana Yolando Tol Quino, practicante de la oficina municipal de San Andrés Semetabaj
6	Nestor Cortéz, Coordinador oficina municipal de niñez y adolescencia de Panajachel
7	Eugenia Muj, Técnica de la oficina municipal de la mujer , Panajachel
8	Martha Lidia Queché, Oficina municipal de la mujer de Panajachel
9	Irma Cirica Ca, Coordinadora de OMM de Panjachel
10	Leticia Guarcax, comisión comunitaria Panajachel
10	Pascuala López, comisión comunitaria Panajachel
11	Edwin Chopen, técnico ambiental de ProAtitlán
12	Jonathan Buch, Técnico de comercialización de ProAtitlán
13	Bárbara Rebeca Ajtujal, Promotora Ambiental de ProAtitlán

4. PREGUNTAS TEMÁTICAS ESTÍMULO

1	<p>En cuanto a la percepción de los participantes del grupo focal, respecto al ProAtitlán se encuentran:</p> <p>Que es un proyecto que está a favor del lago de Atitlán, que se preocupa por el medio ambiente y que todas sus actividades giran en torno a la mejora de éste.</p>
---	--

2	La mayoría de participantes comentaron que el proyecto lleva un año trabajando en su municipio, algunos comentaron que tan solo hace unos meses.
3	Entre las campañas que recuerdan los entrevistados, sobre salen la de la separación de los residuos, así como el slogan “Yo soy limpio Puro Utz”. No obstante algunas personas de San Andrés Semetabaj afirmaron que la variante dialectal del Kakchiquel utilizado corresponde al área de Sololá(cabecera) y en algunos casos este último no es comprensible para algún sector de la población,
4	Una de las personas entrevistadas afirmó no recordar la campaña, mientras el resto de los participantes al menos asociaban los mensajes.
5	En cuanto al contacto con el personal de la organización la mayoría manifestó que tienen relación con los técnicos ambientales y la promotora de su área de intervención. Dos personas asistentes al grupo focal manifestaron no tener contacto con nadie de la organización aun.
6	Entre los temas más recordados de las campañas es la separación de los residuos y el ambiente en general. También resaltaron las vallas y mini vallas del proyecto en la carretera de Sololá hacia Panajachel.
7	Las personas mantienen contacto con los municipios por medio de las visitas que se realizan los técnicos ambientales y las promotoras al área, así como notas de invitación y reuniones interinstitucionales en donde coinciden.
8	La mitad de las personas manifestaron que en sus municipios no hay separación. Mientras la otra mitad de los asistentes manifestó que si existe la siguiente separación: Orgánico, inorgánico y reciclable.
9	Algunas personas estarían dispuestas a pagar más si la municipalidad ofreciese un mejor servicio. Otra persona manifestó que ella pagaría al menos Q6.00 considerando el costo del mantenimiento de la planta de tratamiento de los residuos sólidos. También se hicieron comentarios sobre la responsabilidad de las empresas grandes para el pago y manejo adecuado de sus desechos así como la aprobación y

	<p>cumplimiento de las normativas ambientales para la Cuenca del lago de Atitlán. Otros manifestaron que pagarían lo que sea necesario como personas responsables.</p>
10	<p>Dentro de los elementos gráficos y conceptuales que debería llevar la campaña las personas manifestaron las siguientes ideas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Es necesario crear consciencia o sensibilizar a las autoridades locales y mejorar las alianzas para el manejo adecuado de los residuos sólidos. 2. Es necesario destacar el trabajo de los COCODES como líderes comunitarios influyentes en la toma de decisiones de dichos procesos. 3. Seguir trabajando con los niños en los conceptos de campaña. 4. Continuar con afiches y anuncios de televisión. 5. Conceptos de antes y después (situación actual del municipio y la situación a la que se quiere llegar con el manejo adecuado de los residuos sólidos.) 6. Que se destaque la responsabilidad de las escuelas. 7. Uso del perifoneo y altoparlantes en el idioma materno. 8. Promover reuniones en los barrios y ofrecer servicios de mejor calidad. Quieren drenaje, arreglar las plantas de tratamientos de desechos líquidos y sólidos
11	<p>Entre los medios de comunicación recomendados por la población se encuentran:</p> <p>Redes sociales</p> <p>Por Visión Tv (canal de Panajachel)</p> <p>Radios locales (comunitarias)</p> <p>Radio la voz de Atitlán (radio con cobertura departamental)</p>

5. PAUTA DE CHEQUEO Y EVALUACIÓN

Chequear elementos en el grupo focal (evaluación del observador)	
Lugar adecuado tamaño y acústica	Bueno
Lugar neutral y los participantes sentados en forma de “U”	Si se realizó en la biblioteca de la municipalidad de Panajachel.
El moderador/a respeta el tiempo para que los participantes desarrollen el tema	Si
El moderador escucha y utiliza la información que está siendo recopilada	Si
Se cumplen los objetivos del grupo focal	Si
Se explica la metodología de la reunión a los participantes	Si
Permite que todos participen	Si aunque no todos quisieron participar
La reunión dura de 60 a 120 minutos	Si
Se registra la reunión con cámara o grabadora de voz	Si con fotografías
Refrigerios adecuados y no interrumpen el desarrollo de la actividad	Si el refrigerio se proporcionó hasta el final
Los participantes tienen un gafete identificador	No

Observaciones Adicionales:

- Los participantes se mostraron abiertos y activos al escribir sus pensamientos, se contó con la participación de dos mujeres y tres hombres.
- En San Andrés Semetabaj la mitad no está dispuesto a pagar, el otro porcentaje si está abierto al pago.
- Como vecinos es muy personal, queremos ver el desarrollo formal. Un vecino manifestó “Por mi parte yo pagaría si hubiese un reglamento ambiental y los hoteleros y empresarios”.
- Enlazar el proyecto con el servicio de agua o enlazar con el servicio de la energía eléctrica.
- Otros técnicos han visto campañas de medio ambiente.
- La gente ve la campaña y no lo ponen en práctica.
- Caracterización de la basura y después de eso la gente no separa la basura. Por falta de preparación de los operarios del tren de aseo.
- Crear un reglamento por los desechos.
- La gente recordó mucho el slogan de la campaña Puro Utz.

FOTOGRAFÍAS GRUPO FOCAL EN PANAJACHEL



Directorio de

2. GRUPO FOCAL EN SAN PEDRO LA LAGUNA

FECHA: 15 de junio del 2016

LUGAR: Salón Municipal de San Pedro la Laguna

DURACIÓN: 9:00 a 10.30 A.M

2. IDENTIFICACIÓN DEL MODERADOR

NOMBRE DEL MODERADOR
Haydeé Marroquín
NOMBRE DEL OBSERVADOR
Helena Arroyo
Fotos: Paola Martínez
Organización en San Pedro: Brenda Sucely García Peneleu

3. Participantes

LISTADO DE PARTICIPANTES AL GRUPO FOCAL	
1	José Pop Chavajay, epesista municipalidad de San Pedro la Laguna
2	Pablo Peneleu, técnico de Mancomunidad la Laguna, San Pedro
3	José Méndez, COCODE
4	Lesvia Manuela Pop, G. Oficina municipal de la mujer de San Pedro la Laguna
5	Pedro Ujpan Quiacaín, Municipalidad de San Pablo la Laguna
6	Edras Culum, técnico ambiental de la municipalidad de San Pablo la Laguna
7	Feliz González y G, segundo concejal de San Pedro la Laguna
8	Regino Mendez, Unidad municipal de gestión ambiental de Mancomunidad la Laguna
9	Agapito Cortes, Gerente de Mancomunidad la Laguna San Pedro la Laguna
10	Teresa Tale Sicay, COCODE de San Pedro la Laguna

11	Berta S. Petzey Ujpan, coordinadora de la oficina municipal de la mujer de San Pablo la Laguna
12	José Israel Pop, COCODE Tzanjay San Pedro la Laguna
13	María Peneleu Pop, oficina municipal de la juventud de San Pedro la Laguna
14	Elida Josefina S.M., técnica de la oficina municipal de la mujer de San Marcos la Laguna
15	Venancio Cholotio Choc, Dirección de la oficina municipal de planificación de la municipalidad de San Juan la Laguna
16.	Diego Armando Ujpan, Dirección municipal de planificación de San Juan la Laguna

4. PREGUNTAS TEMÁTICAS ESTÍMULO

1	<p>La mayoría de los participantes vinculo al ProAtitlán a la educación ambiental, manejo de basura, reducción de bolsas, coordinación con la municipalidad y campañas de sensibilización que tratan sobre conservación del medio ambiente en general.</p> <p>Uno de los asistentes manifestó no haber escuchado hablar nada de la institución en particular.</p>
2	<p>El proyecto se está desarrollando en el municipio desde hace un año, según la percepción del público externo entrevistado en el grupo focal.</p>
3	<p>Entre las campañas o anuncios de televisión que recuerdan las personas asistentes al grupo focal se encuentran :</p> <ul style="list-style-type: none"> Caracterización de desechos solidos Campaña de comunicación social (televisiva) Reciclaje Jornada de limpieza en los municipios de San Pedro, San Pablo y San Marcos. Visitas domiciliarias y monitoreo del tren de aseo Foro ambiental <p>Se percibe el recuerdo del slogan de la campaña “Yo soy limpio puro Utz” no obstante para algunas personas de la región de San Pedro la</p>

	Laguna, ésta expresión resulta un poco inapropiada y recomiendan traducir todo el slogan al Tzutujil completo.
4	Las personas con quien tienen más contacto del Pro Atitlán, es con el técnico ambiental, Eddy Coroxom, Cesar Masella, Consultor en modelo de gestión , Brenda García, promotora ambiental y Helena Arroyo, voluntaria del CECI y UNITERRA.
5	Los canales de comunicación por los que más mantiene contacto el ProAtitlán son: La comunicación que se mantiene es de carácter verbal con los técnicos mencionados ya sea personalmente, o por vía telefónica. También cuando se hacen reuniones o se organizan foros dentro del territorio.
6	Los asistentes al grupo focal pertenecientes a San Pedro la Laguna, manifestaron el tipo de separación que hay en su municipio: Orgánico, inorgánico y reciclable. En San Juan manifestaron que no hay ningún tipo de separación. En San Pablo contestaron orgánico, inorgánico, reciclables y peligrosos. Una señora de San Juan la Laguna, manifestó que ella por su cuenta recicla latas y botellas en San Juan la Laguna.
7	Si pagan, sugieren que paguen más los restaurantes y hoteles, pagarían más si pasan en la casa a recoger, cuotas diferenciadas, dos respuestas que no pagarían más.
8	Mensajes para anuncios: Incluir tema salud, buena imagen a los extranjeros, videos para San Juan, mejoras en sistema de recolección, capacitación y sensibilización, cuidar el lago, reciclar, menos producción de residuos, incentivos familiares, escuelas, paguemos lo justo por el servicio, Yo soy limpio Puro Utz, anuncios en iglesias y organizaciones, radio y TV, idiomas locales, prensa, reducción de bolsas. Mensaje global, pero en idiomas locales, a nivel departamental con el mismo objetivo.
9	Medios de comunicación; Facebook, radio, canales locales, perifoneo, TV, afiches en escuelas e iglesias, vallas publicitarias, redes sociales.

10	Nombres de medios de Comunicación mencionados: Canal Navisatelite, radio sembrador y radio san pedro.
-----------	--

5. PAUTA DE CHEQUEO Y EVALUACIÓN

Chequear elementos en el grupo focal (evaluación del observador)	
Lugar adecuado tamaño y acústica	Bastante ruido exterior
Lugar neutral y los participantes sentados en forma de “U”	Si
El moderador/a respeta el tiempo para que los participantes desarrollen el tema	Si
El moderador escucha y utiliza la información que está siendo recopilada	Si
Se cumplen los objetivos del grupo focal	
Se explica la metodología de la reunión a los participantes	Si
Permite que todos participen	Si
La reunión dura de 60 a 120 minutos	Si 1 hora
Se registra la reunión con cámara o grabadora de voz	Fotos
Refrigerios adecuados y no interrumpen el desarrollo de la actividad	No
Los participantes tienen un gafete identificador	No

Inicio de la actividad: 8h52

Fin de la actividad: 9h57

Observaciones:

Entre los aspectos generales y más relevantes de la reunión puede concluirse:

- Hay mucho ruido exterior de música

- Buena participación, diálogos entre ellos para consultarse.
- Buena atención de todos
- Ver subsidios por gestión de desechos 1 millón de quetzales que invierte la Municipalidad, esto se podría invertir en otro tema,
- Se hizo la observación de que el slogan Puro Utz no es de aquí, spot tzutujil, mayor impacto, 60% población es adulta, y no todos hablan español, importante traducir.
- Expresión Puro Utz es mezcla y en ocasiones puede ser tomado como una burla. No conocen una expresión en tzutujil similar, sin embargo sugieren traducir la intención de la expresión al tzutujil en los anuncios. La mezcla se ve como discriminación racial, prefieren idioma maya de su localidad.
- Se sugirió Fomentar la coordinación interinstitucional con otros grupos como Amigos del Lago, para coordinar esfuerzos, también encuentran contradicciones entre mensajes de grupos diversos.
- Porcentajes de contaminación por municipio; Pana y Sololá, mas, reglamentos. Existen acuerdos gubernativos para aguas y desechos.
- Tiempo hasta 2019 para regularizar el manejo.
- 12 municipios de la mancomunados tienen plantas que están trabajando, 7 municipios que todavía no. Existen plantas de tratamiento que todavía no funcionan.
- Aguas mieles que van al lago, en San Juan son pozos sépticos.
- Se destacó la importancia de usar abonos orgánicos
- La población sugirió imponer sanciones a quienes no cumplen reglamentos, y que los sectores hoteleros y empresas grandes paguen más por el manejo de desechos sólidos.

FOTOGRAFIAS DEL TALLER REALIZADO EN SAN PEDRO LA LAGUNA



3. GRUPO FOCAL EN SANTIAGO ATITLÁN

GUÍA DE GRUPO FOCAL ACTORES CLAVE PROATILÁN

FECHA: 21 de junio del 2016

LUGAR: Salón Municipal de Santiago Atitlán

DURACIÓN: 9:00 a 11:00 A.M

GUIA DE GRUPO FOCAL

2. IDENTIFICACIÓN DEL MODERADOR

NOMBRE DEL MODERADOR
Haydeé de la Paz Marroquín
NOMBRE DEL OBSERVADOR
Henry Bautista voluntario de comunicación CECI Canadá
Ana de León,

3. Participantes

LISTADO DE PARTICIPANTES AL GRUPO FOCAL	
1	Andrés Tepaz Simaj, Técnico UGAM de Santa Cruz la Laguna
2	Diego Pérez Mendoza, Concejal de la municipalidad de Santa Cruz
3	Ángel Santiago Cumes Álvarez, coordinador UGAM Santa Cruz la Laguna
4	Andrés yaxón Perez, Técnico DMP Santa Cruz la Laguna
5	Ramos Hernandez S, coordinador OMPAJ
6	Daniel Reanda Esquina, asistente UMARN
7	Lucía Toj Ajpuac, Técnica 2 de la municipalidad de Santiago Atitlán.
8	Geydi Andreina Tiney Ramirez, Coordinadora de la Unidad de Participación ciudadana, municipalidad de Santiago Atitlán.
9	Isabel Hernández Rafael, coordinadora de la OMM
10	Oscar Quinillo, Asociación A-L-E
11	Luis Enrique Velásquez, A-L-E Más vale limpio

12	Luis de León, Muni de San Lucas Tolimán
13	Luis Enrique Velasquez,A-L-E Más vale Limpio San Lucas Tolimán
14	Luis de León, Muni San Lucas Tolimám
15	Ana De León, Promotora Ambiental de ProAtitlán.

4. PREGUNTAS TEMÁTICAS ESTÍMULO

1	1. ¿Conocen que y a que se dedica el Proyecto ProAtitlán en su municipio? Entre la percepción de los participantes el proyecto es una organización que trabaja por la conservación del medio ambiente y su mejora
2	2. ¿Desde hace cuánto tiempo trabaja el proyecto en su municipio? Las personas asistentes de Santa Cruz informaron que el proyecto, acabo de comenzar a trabajar en su territorio, mientras que la población de Santiago y San Lucas Tolimán mencionaron que hace más de un año el proyecto tiene acciones dentro de su territorio.
3	3. ¿Recuerda alguna campaña de comunicación? (spot de radio o televisión). La mayoría de los asistentes manifestó que si recuerdan las campañas tanto a nivel masivo así como a nivel domiciliar, que está realizando el ProAtitlán.
4	4. ¿De qué trataban los spots de radio y televisión? Entre los mensajes que recuerda la población se encuentran: No hay que dejar la basura en la calle. Campaña de limpieza sobre el lago Atitlán. Medición del promedio generado de desechos sólidos. 2 de 13 personas recuerdan el slogan de la campaña “Yo soy limpio Puro Utz” 2 de 13 personas recuerdan los carteles de no usar duroport

5	<p>5. ¿Con quiénes del ProAtitlán ha tenido más contacto o ha sido más cercano a su municipio?</p> <p>2 de 13 personas manifestaron no haber tenido ningún contacto con la organización.</p> <p>2 personas manifestaron que este es el primer acercamiento que tienen con la institución.</p> <p>6 personas de 13 manifestaron que conocen a Gabriela de León, promotora ambiental y a Santiago Sicay, técnico de medio ambiente.</p>
6	<p>6. ¿Por qué medios se comunican con ustedes el personal de ProAtitlán?</p> <p>3 personas indicaron que por vía telefónica, 5 personas por correo electrónico, 3 por notas y 4 por medio de convocatorias por parte de la municipalidad.</p>
7	<p>7. ¿En su municipio se separan los residuos sólidos o basura?</p> <p>2 personas manifestaron que no se separan los residuos, mientras que 11 indicaron que si separan o colectan la basura en su municipio.</p>
8	<p>8. ¿Qué tipos de separación residuos sólidos existen en su municipio?</p> <p>2 de 13 personas manifestaron que orgánico, inorgánico y reciclable.</p> <p>1 dijo orgánico e inorgánico</p> <p>1 persona manifestó orgánico, inorgánico y no reciclable</p> <p>2 personas del municipio de Santa Cruz mencionaron que no hay separación.</p> <p>2 personas manifestaron orgánico, inorgánico y peligroso.</p> <p>1 persona menciona que colecciona vidrio, papel, plástico y residuos orgánicos.</p>
9	<p>9. ¿Pagaría más? Si –no ¿Cuánto?</p>

	<p>5 personas dijeron que pagan Q3.00 por el costal de basura, algunos mencionaron que eso aparecía en el reglamento de Santa Cruz la Laguna.</p> <p>2 personas dijeron que si paga Q1.00 o Q2.00</p> <p>1 persona de San Lucas Tolimán dijo que paga Q7.00 x mes y que podría pagar Q10.00 para que se mejore el servicio y se mejore lo orgánico.</p> <p>1 persona indicó que si pagaba (no indicó cuanto) pero manifestó que para ella eso era muy poco.</p> <p>1 persona indicó que si pagaba Q1.50, que si pagaría más y que es importante utilizar el tren de aseo.</p> <p>1 persona dijo que ella no pagaba su basura, que estaba colectando en San Lucas Tolimán.</p> <p>1 persona afirmo que paga Q3.00 pero que si pagaría más en el futuro si fuese necesario.</p>
<p>10</p>	<p>10. ¿Qué elementos gráficos y conceptuales considera usted que debería llevar un mensaje o anuncio destinado al cobro del servicio de basura?</p> <p>Entre las ideas que manifestaron las personas que asistieron al grupo focal se encuentran:</p> <p>“Mi compromiso es avisar a las personas que paguen la basura”.</p> <p>Reportajes televisivos del deterioro de nuestro planeta derivado de la cantidad de basura que sacamos.</p> <p>Sensibilizar a las familias por medio de COCODES, Alcaldes auxiliares, ONGS y las unidades de medio ambiente de las municipalidades.</p> <p>Rescatar las buenas costumbres, como el de usar mashan en vez de bolsa.</p> <p>Capacitar a las personas que pagan la basura, operarios del tren de aseo y técnicos municipales.</p>

	<p>Crearía una campaña llamada: “El futuro ambiente de nuestros niños guatemaltecos”, empezando la concientización a líderes comunitarios, para luego ir trabajando con comunidades”.</p> <p>Por convocatoria a la comunidad y presentar la necesidad del pago.</p> <p>“Yo utilizo el tren de aseo por un pueblo limpio”</p> <p>“Todos y todas debemos que reciclar la basura para que así los niños y niñas no se enfermen y así tengan un futuro mejor.</p> <p>Sensibilizar a los estudiantes con concursos de dibujo dedicados al medio ambiente.</p> <p>Realizar una campaña de radio y televisión local que hable de la importancia que tiene el medio ambiente.</p> <p>Reciclar la basura por un municipio limpio.</p> <p>Para tener un municipio limpio es necesario que todos seamos colaboradores, para así tener un medio agradable donde vivir.</p>
<p>11</p>	<p>11. ¿En qué medios de comunicación masivos, comunitarios y/o tradicionales recomienda divulgar los spots o campañas?</p> <p>Entre los medios de comunicación más mencionados se encuentran:</p> <p>En Santiago Atitlán recomendaron el uso de los siguientes canales y medios:</p> <p>28,14, 31 de cable local</p> <p>Radio la Voz de Atitlán</p> <p>En San Lucas:</p> <p>Recomendaron la influencia del COCODE sobre la comunidad.</p> <p>7 TV Tolivisión</p> <p>Intercable</p> <p>5 TV</p> <p>En Santa Cruz la Laguna:</p> <p>Canal 30 canal de cable</p>

5. PAUTA DE CHEQUEO Y EVALUACIÓN

Chequear elementos en el grupo focal (evaluación del observador)	
Lugar adecuado tamaño y acústica	Si
Lugar neutral y los participantes sentados en forma de “U”	Si
El moderador/a respeta el tiempo para que los participantes desarrollen el tema	Si
El moderador escucha y utiliza la información que está siendo recopilada	Si
Se cumplen los objetivos del grupo focal	Si
Se explica la metodología de la reunión a los participantes	Si
Permite que todos participen	Si
La reunión dura de 60 a 120 minutos	Si
Se registra la reunión con cámara o grabadora de voz	Si
Refrigerios adecuados y no interrumpen el desarrollo de la actividad	No
Los participantes tienen un gafete identificador	No

Notas del observador:

- La población manifestó que se debe coordinar mejor el trabajo con AMSCLAE ya que, se confunde sobre quien puede apoyarles sobre el trabajo dentro del municipio de San Lucas Tolimán.
- Los representantes de Santa Cruz la Laguna, requieren un acompañamiento más directo para el municipio.
- En San Lucas Tolimán requieren señalización y visibilidad del proyecto por medio de vallas o anuncios que promuevan la sensibilización sobre la separación de los residuos sólidos.

FOTOGRAFÍAS DEL GRUPO FOCAL EN SANTIAGO ATITLÁN



4. GRUPO FOCAL EN SOLOLÁ

GUÍA DE GRUPO FOCAL ACTORES CLAVE PROATILÁN

FECHA: 28 de junio del 2016

LUGAR: Salón de diplomados de la municipalidad de Sololá

DURACIÓN: 9:00 a 11:00 A.M

GUIA DE GRUPO FOCAL

MATRIZ PARA REGISTRAR EL GRUPO FOCAL

2. IDENTIFICACIÓN DEL MODERADOR

NOMBRE DEL MODERADOR
Haydeé de la Paz Marroquín G
NOMBRE DEL OBSERVADOR
Henry Bautista, Voluntario de Comunicación CECI Guatemala, observador y fotografía
Argentina Ixtuc apoyo como parte del equipo promotor del ProAtitlán

3. Participantes

LISTADO DE PARTICIPANTES AL GRUPO FOCAL	
1	Sebastián Manuel Quiñonez Camposeco, técnico forestal INAB Sololá
2	Francisco Enrique Bocel Coxoj, técnico II UGAM Sololá
3	María Leticia Lejá Ulin, técnica OMM municipalidad de San José Chacayá
4	Jennifer Par Tay, técnica de la oficina municipal de la Niñez y adolescencia de San José Chacayá
5	Henry Bautista, comunicación CECI , Guatemala
6	Elizabeth Quiñonez, técnica de AMSCLAE
7	Otoniel Cuc UGAM, municipalidad de Santa Lucía Utatlán
8	Oswaldo Bocel Jucarán, técnico UGAM, de Concepción
9	Sammy A. Barreno, Asistente DMP
10	Julio R. Ajcalón, Director DMP

11	Marcela Chumil Guarcax, técnico DMP
12	María Teresa Iboy, COCODE Barrio el Carmen Sololá
13	Angélica María Tos Lejá, coordinadora OMM
14	Ricardo Francisco Chávez, DMP
15	Mariano Taminez R, Concejal de la municipalidad de Sololá
16	Argentina Ixtuc, Promotora Ambiental de ProAtitlán

4. PREGUNTAS TEMÁTICAS ESTÍMULO

1	<p>1. ¿Conocen que y a que se dedica el Proyecto ProAtitlán en su municipio?</p> <p>11 personas de 11 ósea el 100% de los asistentes escribió en la ficha otorgada que identifican al ProAtitlán es un proyecto que trabaja la temática del medio ambiente, separación de residuos y promueve la salud del lago de Atitlán y la educación ambiental. Una persona escribió que recuerda la labor de comunicación en su municipio.</p>
2	<p>2. ¿Desde hace cuánto tiempo trabaja el proyecto en su municipio?</p> <p>La mayoría manifestó que el proyecto trabaja en el municipio desde hace más de un año.</p>
3	<p>3. ¿Recuerda alguna campaña de comunicación? (spot de radio o televisión).</p> <p>De acuerdo a las respuestas obtenidas en las fichas otorgadas a los participantes de los grupos focales, las personas en general recuerdan que los spots trataban sobre la separación de basurero, reducción de bolsas plásticas y duroport.</p>
4	<p>4. ¿De qué trataban los spots de radio y televisión?</p>

	<p>3 de 15 personas manifestaron recordar el slogan “Yo soy limpio Puro Utz”, 3 de 15 personas recuerda la caracterización y reciclaje ,monitoreo de residuos sólidos,3 personas de 11 recuerda mensajes que promueven el cuidado del medio ambiente, 3 personas de 1 recuerdan la clasificación y separación de basura, 2 persona de 11 recuerda el mensaje de la reutilización de los productos y 1 persona recuerda las mantas vinílicas y materiales de sensibilización en carreteras.</p>
<p>5</p>	<p>5. ¿Con quiénes del ProAtitlán ha tenido más contacto o ha sido más cercano a su municipio?</p> <p>Las respuestas por el público entrevistado son las siguientes:</p> <p>1 persona mencionó que conoce a Darlyn, Argentina y a Ernesto</p> <p>1 persona escribió que conoce a Argentina</p> <p>1 persona mencionó Argentina y a Darlyn</p> <p>1 persona mencionó a Brenda, Bárbara, Argentina y Zindy</p> <p>4 personas mencionaron que no conocen a nadie</p> <p>3 personas mencionaron e identificaron a la promotora ambiental Argentina Ixtuc, pero no saben que trabajo realiza ni para que institución.</p>
<p>6</p>	<p>6. ¿Por qué medios se comunican con ustedes el personal de ProAtitlán?</p> <p>8 personas indicaron que los medios por los que más se comunica el proyecto con ellos es correo electrónico, vía telefónica mientras que 3 personas manifestaron que lo hacen por medio de la municipalidad.</p>
<p>7</p>	<p>7. ¿En su municipio se separan los residuos sólidos o basura?</p> <p>3 personas dijeron que no hay reciclaje en su municipio.</p>

	<p>7 personas indicaron que en su municipio si hay reciclaje e indicaron los tipos de separación.</p>
8	<p>8. ¿Qué tipos de separación residuos sólidos existen en su municipio? Seis personas que manifestaron que si existe separación en su municipio, la mayoría de origen sololateco expresó que la separación es la siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Orgánica -Reciclable -No reciclable <p>1 persona indicó que se clasifica en orgánico, inorgánico, vidrios y plásticos.</p>
9	<p>9. ¿Pagaría más? Si –no ¿Cuánto?</p> <p>Once personas manifestaron que si pagan y que además estarían dispuestos a pagar. La respuesta de una persona se limitó a decir “Debemos pagar por el reciclaje”.</p>
10	<p>10. ¿Qué elementos gráficos y conceptuales considera usted que debería llevar un mensaje o anuncio destinado al cobro del servicio de basura?</p> <p>Una señora representante de COCODE de Sololá, dijo que ella haría reuniones en todas las comunidades de Sololá, para hacer consciencia y les entregaría cubetas o recipientes, y apoyaría con spots televisivos.</p> <ul style="list-style-type: none"> -“Por un municipio saludable hoy clasifico mi basura” -“Amo el lago si genero basura, mi compromiso es pagar su extracción, yo soy responsable” -Otras personas sugirieron seguir sensibilizando en centros educativos, ferias ambientales y continuar con las campañas masivas en radio y televisión local.

11	<p>11. ¿En qué medios de comunicación masivos, comunitarios y/o tradicionales recomienda divulgar los spots o campañas?</p> <p>La mayoría de los participantes, 9 personas, indicaron que los medios más eficientes para hacer llegar los mensajes son los canales de televisión locales , las radios comunitarias y medios de comunicación tradicionales (reuniones de COCODES y COMUDES):</p> <ul style="list-style-type: none"> -Afiches y material de visibilidad colocado en escuelas y municipalidades. -Nim Tv -Canal 9 -Radio comunitaria (la voz de Chuchexic en Santa Lucía Utatlán) -Canal 10 de Natavisión (Sololá) -Canal 5 (Sololá) -Perifoneos y megáfonos en las iglesias -Reuniones Concejos comunitarios de desarrollo –COMUDES- <p>Una persona escribió que podrían divulgarse las campañas en Cable Visión de Sololá, “Somos de hoy” y la oficina municipal de comunicación social de Sololá.</p>

5. PAUTA DE CHEQUEO Y EVALUACIÓN

Chequear elementos en el grupo focal (evaluación del observador)	
Lugar adecuado tamaño y acústica	OK
Lugar neutral y los participantes sentados en forma de “U”	OK

El moderador/a respeta el tiempo para que los participantes desarrollen el tema	OK
El moderador escucha y utiliza la información que está siendo recopilada	OK
Se cumplen los objetivos del grupo focal	OK
Se explica la metodología de la reunión a los participantes	OK
Permite que todos participen	OK
La reunión dura de 60 a 120 minutos	OK
Se registra la reunión con cámara o grabadora de voz	OK
Refrigerios adecuados y no interrumpen el desarrollo de la actividad	OK
Los participantes tienen un gafete identificador	NO

Comentarios generales.

- Asistieron doce participantes. Seis mujeres, seis hombres. El 90% son jóvenes de menos de 30 años.
- La refacción debería hacerse en una pausa para que los participantes no pierdan la atención. El día de hoy estuvo bien que se diera al final.

Comentarios de los Asistentes

Al final el cuestionario de preguntas estímulo, les fue otorgado un espacio a los participantes para que emitieran su opinión respecto a la temática dentro de su municipio:

- Una participante recomienda que ProAtitlán se dirija a la comunidad directamente, ya que piensa que la información a veces no llega por parte de las personas que asisten a las reuniones. Es decir los COCODES, están fallando en lo concerniente a la socialización de la información.
- Un representante de la municipalidad hace un llamado a que se deje de responsabilizar a la institución por el estado actual del deterioro ambiental. Afirma que hay una falta de compromiso por parte de la población. Las políticas administrativas tienen que ir de la mano de una consciencia sobre la manera de consumir de la ciudadanía.
- Se solicita la presencia de ProAtitlán en Sta. Lucia sobre el tema de manejo de residuos sólidos.

- Una solución para mejorar el servicio de recolección es hacer aplicar los reglamentos o actualizarlos, para que el usuario cumpla con su parte.
- Lo ideal sería reducir la emisión de desechos antes de aprender a reciclar.
- Se debería imponer un impuesto a las empresas que ingresan productos de alto índice contaminante a las poblaciones. (Empresas de cervezas licores etc.)
- Llegar a los comerciantes, tenderos para que cambien sus maneras de empacar y disminuyan el uso de las bolsas plásticas. “VIVA EL USO DEL CANASTO”
- De acuerdo a la experiencia de Argentina en la reunión en Sololá con los vendedores de la plaza de mercado, se sugiere que se pasen spot radiales en la plaza de mercado. Focalizar campañas de sensibilización en espacios de consumo a gran escala. AMSCLAE realizó el ejercicio en San Pedro de sensibilizar comerciantes y consumidores - persona a persona - en la plaza y tiendas.

FOTOGRAFÍAS DEL GRUPO FOCAL EN SOLOLÁ



Estrategia de Comunicación

Producto 1

PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIÓN ANUAL

Dentro del diagnóstico de comunicación se ha detectado un problema grande y global, “Insostenibilidad de los Sistemas de Gestión de Residuos Sólidos en la Cuenca del Lago de Atitlán”.

Dentro del proyecto existe una estrategia de sensibilización a nivel externo, más no una que integre los demás objetivos de comunicación. Para esto se han propuesto la creación de una estrategia de comunicación que se complementa con los objetivos comunicacionales de visibilidad, interinsitucionalidad y comunicación interna y externa con un periodo de tiempo de ejecución anual.

OBJETIVO GENERAL:

Implementar una estrategia de comunicación organizacional, del proyecto ProAtitlán, que contribuya a fortalecer la comunicación interna, y externa del mismo, además de fomentar la visibilidad e interinsitucionalidad en la Cuenca del lago de Atitlán, Sololá, Guatemala.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Fortalecer la imagen y función del proyecto ProAtitlán, dando a conocer las acciones que realiza en beneficio de la población de la cuenca, de una forma clara y transparente, con el apoyo de su contraparte local AMSCLAE.
- Propiciar la comunicación externa para lograr los cambios de actitud y comportamiento entorno a la gestión de residuos sólidos dentro de la Cuenca del lago de Atitlán.
- Fortalecer las relaciones entre el personal del ProAtitlán y su socio AMSCLAE, para lograr el enriquecimiento y motivación en su área de intervención a nivel de cuenca.
- Fomentar las relaciones interinstitucionales dentro de las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales dentro de la cuenca.

OBJETIVO ESPECIFICO DE COMUNICACIÓN I : VISIBILIZACIÓN INSTITUCIONAL

Fortalecer la imagen y función del proyecto ProAtitlán, dando a conocer las acciones que realiza en beneficio de la población de la cuenca haciéndolo de una forma clara y transparente, con el apoyo de su contraparte local AMSCLAE.

Problema	Producto	Objetivo de comunicación	Tipo de Mensaje	Público	Resultados Esperados	Medio de Difusión	Presupuesto Anual
Insostenibilidad de las campañas de información y comunicación entorno a la gestión de los Sistemas de Gestión de Residuos Sólidos en la Cuenca del Lago de Atitlán.	-Creación de circuitos de vallas de bienvenida en los municipios socios.	-Monitorear los circuitos de vallas para propiciar los mensajes de reducción y separación de los residuos sólidos a nivel de cuenca.	-En nuestro municipio reducimos y clasificamos la basura. (Vallas de bienvenida) ¡ Yo soy limpio puro Utz” -Yo no uso bolsas plásticas ni duroport. Y todos los mensajes generados en primera persona: Hoy no uso: bolsas plásticas, duroport o recipientes de estos materiales y sustituyo por: mi bolso, morral o mi propio recipiente. (circuitos de vallas)	-Niñez, juventud y adultos que conforman la cuenca del lago de Atitlán en general así como los visitantes que lleguen al municipio por turismo u otras razones de destino. -Personal interno del ProAtitlán.	-Reconocimiento, posicionamiento, y fortalecimiento de la imagen del proyecto a un mediano y largo plazo. -El personal interno del proyecto utiliza de una forma adecuada la imagen corporativa, y es bien proyectada así al personal externo.	-Para Vallas y mini vallas principales carreteras de los municipios beneficiados por el proyecto. (A nivel de Cuenca). -En todos los materiales y soportes de comunicación interna y externa generados por el proyecto.	Q50,000.00

	Implementar un manual de normas gráficas vigente y aceptado por los donantes.	-Promover y fomentar el uso adecuado de la identidad corporativa del ProAtitlán y sus donantes.	-En los discursos o presentaciones y redacción de artículos se recomienda, decir que es un proyecto que cuenta con el apoyo de AMSCLAE como contraparte local en la cuenca.	-Personal interno y externo del proyecto.	-Reconocimiento, posicionamiento, y fortalecimiento de la imagen del proyecto a un mediano y largo plazo. -El personal interno del proyecto utiliza de una forma adecuada la imagen corporativa, y es bien proyectada así al personal externo.	-En sitios web creación de campañas de comunicación y demás material audiovisual.	Q15,000.00
	-Redacción trimestral del boletín digital informativo trimestral "Por una Cuenca Puro Utz"	-Visibilizar y sistematizar el trabajo en cada región de intervención del proyecto.		--Personal interno y externo del proyecto.		-En sitios web y lista a interinstitucionales, eje de educación ambiental de Sololá, reuniones con COCODES, COMUDES Y CODEDES.	Q12,000.00
	-Participación en programas de televisión o integrarse al programa de Cuenca "En ambiente".	-Visibilizar e informar sobre las acciones del proyecto.		-Personal interno y externo del proyecto.		-Canales de televisión local, con audiencia a nivel de cuenca.	Q5,000.00

	-Realizar un documental institucional, en donde se destaquen los ejes estratégicos y logros finales del proyecto.	-Visibilizar e informar sobre las acciones del proyecto.		--Personal interno y externo del proyecto.		-Canales de televisión local, con audiencia a nivel de cuenca.	Q10,000.00
							TOTAL Q92,000.00

OBJETIVO ESPECÍFICO DE COMUNICACIÓN III: COMUNICACIÓN INTERNA

Fortalecer las relaciones entre el personal del ProAtitlán y su socio AMSCLAE, para lograr el enriquecimiento y motivación en su área de intervención a nivel de cuenca.

Problema	Producto	Objetivo de comunicación	Tipo de Mensaje	Público	Resultados Esperados	Medio de Difusión	Presupuesto Anual
Insostenibilidad de las campañas de información y comunicación entorno a la gestión de los Sistemas de Gestión de Residuos Sólidos en la Cuenca del Lago de Atitlán.	-Calendarios compartidos de trabajo entre ejes estratégicos.	Divulgar y conocer las acciones de todos los ejes estratégicos del proyecto para mejorar la coordinación.	-Trabajamos en coordinación y unidos para el logro de metas en común en tono a la gestión de los residuos sólidos dentro de la cuenca del lago de Atitlán.	-Personal técnico del ProAtitlán	-Fortalecida la identidad institucional del colaborador, dentro del proyecto.	-Reuniones -Mesas interinstitucionales -Correo electrónico -Plataforma <u>Google Drive</u> de gmail.	Q5,000.00
	-Reuniones de trabajo bilaterales entre AMSCLAE ,CECI,BID-FOMIN y ProAtitlán.	Mejorar la comunicación y coordinación con el socio.		-Personal técnico y administrativo del proyecto ProAtitlán y AMSCLAE.	-Mejorada la coordinación entre los ejes estratégicos del ProAtitlán y AMSCLAE.	-Convocatorias vía correo electrónico y vía telefónica.	Q5,000.00
	-Creación de un manual de crisis.	-Prevenir y resolver crisis de comunicación dentro del ProAtitlán.	-Ante la crisis y adversidad estamos protegidos.	-Personal de oficina y de campo (técnicos y promotoras)	-Al finalizar el proyecto estos procesos sean sostenidos por la contraparte local –AMSCLAE- y municipalidades socias.	Plataforma compartida en drive, o biblioteca virtual y en reuniones.	Q15,000.00
	-Convivio de fin de año, aniversario de proyecto.	Propiciar los espacios de convivencia y					Q10,000.00

	-Elaboración de materiales de identidad corporativa: Uniformes, gafetes, gorras.	mejorar el clima organizacional. -Fomentar la identidad corporativa.	-Estoy orgulloso de trabajar en mi institución por eso uso mi uniforme.	Personal de oficina y de campo (técnicos y promotoras)	Personal empoderado y motivado.		Q20,000.00
							TOTAL Q55,000

OBJETIVO ESPECÍFICO DE COMUNICACIÓN IVI: RELACIÓN INTERINSTITUCIONAL

Fomentar las relaciones interinstitucionales dentro de las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales dentro de la cuenca.

Problema	Producto	Objetivo de Comunicación	Tipo de Mensaje	Público	Resultados Esperados	Medio de Difusión	Presupuest o Anual
Insostenibilidad de las campañas de información y comunicación entorno a la gestión de los Sistemas de Gestión de Residuos Sólidos en la Cuenca del Lago de Atitlán.	-Planificación en conjunto con el eje de educación ambiental.	Crear un calendario común interinstitucional priorizando las necesidades en la cuenca.	Trabajando juntos por una Cuenca Puro Utz. Por un territorio libre de basura. Juntos por una casa limpia en común.	-COCODES y líderes comunitarios en general. -15 municipalidades y dos aldeas de la cuenca del lago de Atitlán. -Instituciones que conforman el eje de educación ambiental de Sololá, MARN, AMSCLAE, AALA, MINEDUC, CEA-UVG. -Mancomunidades de municipios.	-Una planificación estratégica interinstitucional anual respondiendo a las necesidades de los municipios. -Una planificación estratégica municipal anual.	-Actividades, espacios públicos y participación en general dentro de todo el municipio. -Mesas técnicas a nivel de municipio.	Q10,000.00
	-Planificación municipal respondiendo a las necesidades de cada municipio.	Planificar según la necesidad de cada municipio de la cuenca, en donde interviene el ProAtitlán.					Q5,000.00

	-Dos foros temáticos anuales sobre residuos sólidos y demás temas a nivel de cuenca.	Propiciar un intercambio de experiencias en torno a la gestión de los residuos sólidos y temáticos a nivel de cuenca.		Instituciones que conforman el eje de educación ambiental de Sololá, MARN, AMSCLAE, AALA, MINEDUC, CEA-UVG. -Mancomunidades de municipios.	Intercambio de experiencias formativas anuales .		Q10,000
	-Talleres de formación a comunicadores sociales de la cuenca del lago de Atitlán, con enfoque socio-ambiental.	Propiciar una plataforma de formación de comunicación socio-ambiental, dirigido a los comunicadores de la cuenca del lago de Atitlán.		-Comunicadores municipales de la cuenca.	Procesos de formación interinstitucional a nivel de Cuenca,		Q15,000
							TOTAL Q40,000

CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN PROATITLÁN

<p>Objetivo general de la Estrategia: Implementar una estrategia de comunicación organizacional, del proyecto ProAtitlán, que contribuya a fortalecer la comunicación interna, y externa del mismo, además de fomentar la visibilidad e interinsitucionalidad en la Cuenca del lago de Atitlán, Sololá, Guatemala.</p>											
		2016					2017				
Objetivo de Comunicación	Actividad	AGOS	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	COSTOS
OBJETIVO DE VISIBILIDAD											
<ul style="list-style-type: none"> Fortalecer la imagen y función del proyecto ProAtitlán, dando a conocer las acciones que realiza en beneficio de la población de la cuenca haciéndolo de una forma clara y transparente, con el apoyo de su contraparte local AMSCLAE. 	Seguimiento a a la creación de circuitos de vallas de bienvenida en los municipios socios.										Q50,000.00
	Implementar un manual de normas gráficas vigente y aceptado por los donantes.										

Elaboración del boletín digital informativo trimestral "Por una Cuenca Puro Utz"	█			█			█											Q12,000.00
Participación en programas de televisión o integrarse al programa de Cuenca "En ambiente".	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█							5,000.00
Realizar un documental institucional, en donde se destaquen los ejes estratégicos y logros finales del proyecto.									█	█								15,000.00
																		Q97,000.00

OBJETIVO DE SENSIBILIZACIÓN											
<ul style="list-style-type: none"> • Propiciar la comunicación externa para lograr los cambios de actitud y comportamiento entorno a la gestión de residuos sólidos dentro de la Cuenca del lago de Atitlán. 	Estrategia de comunicación socio-ambiental para la primera fase del proyecto.										Q100,000.00
	Creación de estrategias creativas según campañas de sensibilización planificadas para las distintas fases del proyecto.										Q100,000.00
										TOTAL Q200,000.00	

OBJETIVO DE COMUNICACIÓN INTERNA											
<ul style="list-style-type: none"> Fortalecer las relaciones entre el personal del ProAtilán y su socio AMSCLAE, para lograr el enriquecimiento y motivación en su área de intervención a nivel de cuenca. 	Calendarios compartidos de trabajo entre ejes estratégicos.	■	■	■	■	■	■	■	■	■	Q5,000.00
	Reuniones de trabajo bilaterales entre AMSCLAE, BID-FOMIN y ProAtilán. -Creación de un manual de crisis.	■								■	Q5,000.00
	Creación de un manual de crisis.				■	■	■				Q15,000.00
	Convivio de fin de año, aniversario de proyecto.						■				Q10,000.00

Realización de dos foros temáticos anuales sobre residuos sólidos y demás temas a nivel de cuenca.																					Q10,000.00
Talleres de formación a comunicadores sociales de la cuenca del lago de Atitlán, con enfoque socio-ambiental.																					Q15,000.00
											Q40,000.00										
TOTAL											Q392,000.00										

Producto 2. MANUAL DE NORMAS GRÁFICAS



MANUAL DE IDENTIDAD GRÁFICA DEL **PRO**ATITLÁN

INTRODUCCIÓN

A continuación se presentan los estándares de identidad corporativa del proyecto ProAtitlán.

Albarrán Valenzuela en su compilación titulada, “Diseño de Identidad Corporativa”, explica la importancia del desarrollo de programas de identidad gráfica, para la correcta resolución de problemas dentro de las empresas, instituciones y organizaciones. “La identidad del sujeto institucional constituye un sistema de mensajes que puede manifestarse en todos y cada uno de los componentes de la institución, desde los creados y utilizados específicamente para identificarla, hasta aquellos elementos no esencialmente signícos, pero que connotan rasgos y valores de la entidad”. (Valenzuela,2016, pág.4).

En este manual se desarrollan los símbolos y atributos básicos de la identidad visual e institucional del proyecto:

Marca, integración, uso correcto y aplicación del logotipo, colores corporativos, y tipografías.

Los estándares corporativos y de identidad visual, normalizan la correcta utilización de la marca, en todas las actividades planificadas en la estrategia de comunicación así como, en los materiales de visibilidad, sensibilización, medios digitales y de promoción.

Según Paul Carpriotti, en su libro “Branding Corporativo”, es importante facilitar la diferenciación de la organización de otras entidades, por medio de un perfil de identidad propio, tal y como se propone en las siguientes páginas de este manual.

Este manual en la práctica facilitará el trabajo del diseñador, comunicador social o personal encargado de la reproducción de piezas gráficas y audiovisuales en general ya que, contiene los principales atributos ya mencionados, así como los criterios de aplicación y precedencia establecidos y requeridos por parte de los cooperantes.

PROATITLÁN

ProAtitlán es un programa de fortalecimiento y asistencia técnica hacia la gestión de desechos sólidos en la Cuenca del lago de Atitlán y es ejecutado por el Centro de Estudios de Operaciones y Cooperación Internacional –CECI-, financiado por el Fondo Multilateral de Inversiones (BID-FOMIN) y la contribución institucional de la Autoridad para el Manejo Sostenible de la Cuenca del lago de Atitlán (AMSCLAE) como contraparte y socio del proyecto.

El CECI y la Autoridad para el Manejo Sustentable de la Cuenca del Lago Atitlán y su entorno, con el apoyo técnico y financiero de BID FOMIN, implementan por los próximos tres años (2014-2017) un modelo de proyecto orientado a aumentar los ingresos familiares en las comunidades seleccionadas mediante la creación de nuevos empleos relacionados con la gestión de residuos y con la venta de materiales reciclables y composta orgánica derivados de la basura. (www.ceci.ca, 2012)

Objetivo de ProAtitlán:

El objetivo a nivel de impacto es mejorar las condiciones de vida de la población que habita en municipios seleccionados de la cuenca del lago Atitlán, mientras a que a nivel de resultados se espera crear un modelo sostenible para la gestión de desechos sólidos con participación de la población en los municipios de Sololá, Panajachel, Santiago Atitlán y San Pedro La Laguna. (www.ceci.ca, 2012).

Entre las líneas estratégicas y componentes que constituyen a esta organización, se encuentran las siguientes:

Componente I: Sensibilización Ambiental

Componente II: Creación de Nuevas Entidades de Gestión de residuos

Componente III: Apoyo al reciclado y creación de composta

Componente IV: Gestión del Conocimiento y Comunicación estratégica

RECOMENDACIONES DE USO

¿Cómo utilizar este manual de identidad corporativa?

El manual de identidad gráfica del proyecto ProAtitlán, es una recopilación de normas y elementos que deben ser estrictos pero a la vez fáciles de cumplir.

Este documento nace como una herramienta que complementa las acciones de identidad corporativa, planteadas en la estrategia de comunicación. El cual debe aplicarse, al pie de la letra en todos los materiales creados por el proyecto.

A estas normas de uso se añaden los correspondientes ejemplos y modelos, y diseños creados especialmente, para su correcta implementación.

Límites en el uso de las Piezas de la Identidad Gráfica

El logotipo, el slogan y distintas piezas creadas para la identificación y difusión de Comunicación Estratégica, podrán ser utilizados únicamente tal y como lo indica este manual.

En el caso de que la agencia donante y el proyecto comparta créditos o respalde a alguna otra institución, se velará igualmente, por el respeto de la correcta jerarquía de orden en la colocación de logotipos, imatipos etc., así como en colores corporativos y tipografías.

ESTRUCTURA GRÁFICA

I.I.I LOS NOMBRES

El sustantivo o nombre de ProAtitlán representa que es una institución que promueve la reducción el reciclado y la separación de los desechos en la Cuenca del Lago de Atitlán, Sololá, Guatemala, C.A.

I.II IMAGOTIPO Y LOGOTIPO



El logotipo del proyecto de gestión de los desechos sólidos en la cuenca del lago de Atitlán, ProAtitlán está constituido por un texto en mayúsculas en tono negro .

El imagotipo lo conforman el nombre o contracción ProAtitlán en una tipografía *Berlin Sans FB Demi Bold*, el cual es un dibujo en dos tintas, el pro en verde oscuro con un signo de reciclado representado a su vez la “o” y el sustantivo Atitlán en letras azules, en degrade .

I.III IMAGOTIPO SLOGAN

Este se encuentra conformado por la frase “Yo soy limpio puro utz” acompañado de un niño y una niña , los cuales portan el traje típico de la región de la cuenca del lago de Atitlán respectivamente.

Primer slogan creado en el 2015



Slogan actualizado en el 2016



El slogan de campaña representa una imagen representativa icono del proyecto, a continuación se describe la connotación de este imagotipo.

Por otro lado también se encuentra el slogan de la campaña de la primera fase de la estrategia de sensibilización socio ambiental denominado:

“Yo soy limpio puro Utz”.

Según lo establece la estrategia de sensibilización elaborada para la ejecución de campañas de este proyecto, la identidad del slogan es descrita de la siguiente manera:

YO: Como sujeto auto indicativo y auto nominativo en primera persona singular. Este enfoque personal está estrechamente relacionado con la participación y responsabilidad ciudadana que cada persona debe de adquirir, practicar e impulsar.

SOY: Constituye la acción y la individualidad que se forma con una serie de comportamientos valores y actitudes. *De eso que la persona es.*

LIMPIO: Acción de limpiar la suciedad, lo superfluo o lo perjudicial de algo. Como adjetivo deseable que representa las acciones o actitudes deseables y contrarias a la contaminación provocada por las malas prácticas perjudiciales para el ambiente.

PURO: Este adjetivo representa el contexto inocente, incorruptible y único en términos relacionados al enunciado *yo soy limpio*, por lo que apela a los valores de altruismo, bondad, compasión, dignidad, moralidad, conciencia, honestidad, integridad, excelencia y respeto.

UTZ: Para los idiomas maya Kaqchikel y Tz'utujil la palabra *utz* significa bueno o aceptable y el objetivo de incluirla dentro del mensaje es alcanzar la apropiación del mismo por parte de los público meta propuestos, además de crear un hilo conductor o símbolo previamente registrado en el imaginario colectivo. (ProAtitlán, 2015, pág. 11).

El sincretismo lingüístico de ***puro utz***, además de hacer alusión a la convivencia armónica de diferentes grupos étnicos es uno de los sintagmas preposicionales más populares tanto entre la población indígena, la mestiza y extranjera residente.

COLORES CORPORATIVOS

Dentro de los signos cromáticos que conforman el logotipo institucional y el slogan, se puede apreciar que predominan los colores verde y azul, reflejando así la relación entre el verde las montañas y volcanes en tonos degradados en celeste y azul del agua del lago Atitlán, también se puede apreciar la descripción del nombre del proyecto en tono negro.

A continuación se describen la connotación de los colores institucionales del ProAtitlán, basados en la psicología del color:

Connotación del Azul

Propicia la calma, la productividad y la serenidad, por lo que es el más usado en las oficinas. También es sinónimo de confianza y seguridad, por lo que es ideal para aseguradoras, bancos e instituciones financieras. El color azul oscuro inspira: -Credibilidad -Profundidad -Autoridad -Fuerza -Profesionalidad -Concentración

Connotación del Verde

Se asocia a la salud, a la tranquilidad, al dinero y a la naturaleza, el efecto del verde depende mucho de su tonalidad; los tonos profundos evocan abundancia, mientras que los claros, calman.

Connotación del Negro

El color negro es la ausencia total de luz. Cuando un cuerpo absorbe todos los colores del espectro y no refleja ninguno se produce el negro.

Sin embargo, también hace referencia a la nobleza, a la sofisticación y la elegancia.

Connotación del Amarillo

Es considerado como un tono alegre y cálido. Sin embargo, a veces propicia el cansancio de la vista y hace llorar a los bebés.

Connotación del Morado

El color morado inspira: Novedad ,vivacidad ,genialidad , cordialidad y convivencia.

COLORES LOGOTIPO



C 96 M 48 Y 100 K 16
H 121 S 67 B 38

R 31 G 97 B 34
PANTONE 356 C



C 83 M 41 Y 16 K 0
H 208 S 53 B 70

R 84 G 132 B 181
PANTONE 7689 C



C 88 M 62 Y 24 K 0
H 215 S 55 B 58

R 67 G 101 B 149
PANTONE 647C



C 68 M 0 Y 24 K 0
H 186 S 42 B 87

R 128 G 212 B 224
PANTONE 7709C

COLORES SLOGAN

YO	Pantone 129 C	 PANTONE 129 C
SOY	Pantone 254 C	 PANTONE 254 C
LIMPIO	Pantone 279 C	 PANTONE 279 C
PURO UTZ	Pantone 375 C	 PANTONE 375

TIPOGRAFÍA

TIPOGRAFÍA DEL LOGOTIPO Y NOMBRE DEL PROYECTO

Berlín Sans FB Demi Bold

Nombre de fuente: Berlín Sans FB
Versión: Version 1.00
Firmado digitalmente: TrueType contornos

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.,: ' " (!?) +-*/=

12 El veloz murciélago hindú comía feliz cardillo y kiwi. La cigüeña tocaba el saxofón detrás del palenque de paja. 1234567890
18 **El veloz murciélago hindú comía feliz cardillo y kiwi. La cigüeña tocaba el saxofón detrás del palenque de paja. 1234567890**
24 **El veloz murciélago hindú comía feliz cardillo y kiwi. La cigüeña tocaba el saxofón detrás del palenque de paja. 1234567890**
36 **El veloz murciélago hindú comía feliz cardillo y kiwi. La cigüeña tocaba el saxofón detrás del palenque de paja. 1234567890**
48 **El veloz murciélago hindú comía feliz cardillo y kiwi. La cigüeña tocaba el saxofón detrás del palenque de paja. 1234567890**
60 **El veloz murciélago hindú comía feliz cardillo y kiwi. La cigüeña tocaba el saxofón detrás del palenque de paja. 1234567890**
72 **El veloz murciélago hindú comía feliz cardillo y kiwi. La cigüeña tocaba el saxofón detrás del palenque de paja. 1234567890**

TIPOGRAFÍA PARA TEXTOS INTERIORES EN DOCUMENTOS

Gilli Sans MT

Nombre de fuente: Gill Sans MT
Firmado digitalmente: TrueType contornos

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.,: ' " (!?) +-*/=

12 El veloz murciélago hindú comía feliz cardillo y kiwi. La cigüeña tocaba el saxofón detrás del palenque de paja. 1234567890
18 El veloz murciélago hindú comía feliz cardillo y kiwi. La cigüeña tocaba el saxofón detrás del palenque de paja. 1234567890
24 El veloz murciélago hindú comía feliz cardillo y kiwi. La cigüeña tocaba el saxofón detrás del palenque de paja. 1234567890
36 El veloz murciélago hindú comía feliz cardillo y kiwi. La cigüeña tocaba el saxofón detrás del palenque de paja. 1234567890
48 El veloz murciélago hindú comía feliz cardillo y kiwi. La cigüeña tocaba el saxofón detrás del palenque de paja. 1234567890
60 El veloz murciélago hindú comía feliz cardillo y kiwi. La cigüeña tocaba el saxofón detrás del palenque de paja. 1234567890
72 El veloz murciélago hindú comía feliz cardillo y kiwi. La cigüeña tocaba el saxofón detrás del palenque de paja. 1234567890

USO CORRECTO DEL LOGO

El uso adecuado del logotipo institucional en los documentos oficiales y demás material gráfico y publicitario es muy importante para el fortalecimiento de la imagen del proyecto ProAtitlán, a continuación se proponen recomendaciones básicas para su uso y aplicación.



Es importante que se conserven las proporciones y dimensiones del logotipo, a manera de no deformar y conservar su correcta legibilidad y visibilidad. El formato del logotipo es en proporción horizontal y para ser colocado en una hoja membretada las dimensiones no deben sobrepasar de ancho 5 cms y de alto 1.30 cms. Además se debe cuidar no estrecharlo ni ensancharlo para su correcta apreciación.



Correcto



Incorrecto



Incorrecto

USO DEL LOGO CON LOS DEL COOPERANTE

El uso adecuado del logotipo institucional en los documentos oficiales y demás material gráfico y publicitario en orden de precedencia es el siguiente de izquierda a derecha:



Uso adecuado del logotipo institucional en los documentos oficiales y demás material gráfico y publicitario o de sensibilización con el logotipo de la municipalidad u otra institución, la lectura se realiza de izquierda a derecha:



Uso del logotipo sobre fondos oscuros y escalas de grises.



USO DEL LOGOTIPO DE CECI-UNITERRA

La utilización del logo Uniterra se recomienda en cualquier material de comunicación pagado en su totalidad o en parte por el programa Uniterra o cuando se trate de material que presente la programación o los resultados del programa al exterior de un documento corporativo o cuando ese material servirá de herramienta en el marco del programa Uniterra. (UNITERRA, 2016, pág. 4)



Nuevo logotipo de CECI

Fuente: Tomado del Manual de Normas gráficas de UNITERRA, 2016.

BASIC ELEMENTS Official colours



1.

UNITERRA	WUSC / EUMC	CECI
UNITERRA	WUSC / EUMC*	CECI*
R 23 C 28 B 143	R 0 G 81 B 149	R 0 G 70 B 139
HEX #071C4F	HEX #000916	HEX #00448C
C 100 M 48 Y 0 K 10	C 100 M 49 Y 21 K 7	C 100 M 75 Y 2 K 18
PANTONE 2746 C / <i>Raffa Blue U</i>	PANTONE 301 C / 301 U	PANTONE 287 C / 287 U

1. The official colour of the Uniterra logo type is Pantone blue 2746 C. The official colour of CECI's logo type is Pantone blue 287C, for WUSC, it is Pantone blue 301C.

ÉLÉMENTS DE BASE Couleurs officielles



2a.



2b.

1. La couleur officielle du logo type Uniterra est le bleu Pantone 2746 C. La couleur officielle du logo type CECI est le bleu Pantone 287 et celle du logo type EUMC est le bleu Pantone 301 C.

ELEMENTOS BÁSICOS Colores oficiales

1. El color oficial del logotipo Uniterra es azul Pantone 2746 C. El color oficial del logotipo CECI es el azul Pantone 287 y el del logotipo del EUMC es el azul Pantone 301 C.

Fuente: Tomado del Manual de Normas gráficas de UNITERRA, 2016.

USO DEL LOGOTIPO DE CECI- UNITERRA Y EMBAJADA DE CANADÁ CON EL LOGO DE PROATITLÁN



Affaires mondiales
Canada

Global Affairs
Canada



UNIFORMES



BIBLIOGRAFÍA

Peri, P. C. (2009). *Identidad Corporativa*. Sanitago, Chile: Andros Impresores.

ProAtitlán. (2015). *Estrategia de Sensibilización Socio ambiental*. Panajachel, Sololá: Multiservicios Imprime AR.

UNITERRA. (2016). *UNITERRA NORMES GRAPHIQUES*. CANADA.

www.entrepreneur.com. (2016). Obtenido de *www.entrepreneur.com*: <https://www.entrepreneur.com/article/269009>

www.psicologiadelcolor.es. (s.f.). Obtenido de *www.psicologiadelcolor.es*: <http://www.psicologiadelcolor.es/psicologia-por-colores/page/2/>

2n Batxillerat DISSENY. (s.f.). *Psicología del Color*. Escola D'art i superior di Disseny.

anesam.weebly.com. (s.f.). Obtenido de *anesam.weebly.com*: <http://anesam.weebly.com/color-anaranjado.html>

Costa, J. (2003). *Identidad Corporativa*. México DF: Trillas Sigma.

Valenzuela, G. A. (s.f.). *Diseño de Identidad Corporativa*. Londres: Universidad de Londres.

www.ceci.ca. (2012). Obtenido de *www.ceci.ca*: <http://www.ceci.ca/es/regiones/americas/guatemala/projects-es-419/proatitlan/>

Producto 3

BOLETÍN POR UNA CUENCA PURO UTZ



PROATITLÁN es un proyecto del CECI en colaboración con AMSCLAE (Autoridad para el Manejo Sustentable de la Cuenca del Lago Atitlán y su Entorno) financiado por el Fondo Multilateral de Inversiones BID- FOMIN, para el fortalecimiento del sistema de gestión de los desechos sólidos en la cuenca del lago de Atitlán, Guatemala C.A.

Propuestas para mejora de la gobernabilidad ambiental en la cuenca del lago de Atitlán con énfasis en la gestión integral de los residuos sólidos"

Por: Equipo técnico de ProAtitlán

El Consejo Departamental de Desarrollo -CODEDE-, la Autoridad para el Manejo Sustentable de la Cuenca del Lago de Atitlán -AMSCLAE-, y el Proyecto Pro Atitlán, realizaron el evento "Propuestas para mejora de la Gobernabilidad Ambiental en la Cuenca del Lago de Atitlán con énfasis en la gestión integral de los Residuos Sólidos" el pasado 30 de agosto .

Este evento sirvió de marco para dar a conocer la "Propuesta de reglamento modelo para el manejo integrado de residuos y desechos sólidos en municipios de la cuenca de Atitlán del Departamento de Sololá. Por otro lado, se entregó a los alcaldes de los municipios de la Cuenca, la propuesta de las Entidades Municipales de Gestión de Residuos y Desechos Sólidos basado en análisis financieros denominados Plan de Negocios.

Vale la pena resaltar que actualmente 13 de los 19 municipios que integran la Cuenca del Lago de Atitlán, cuentan con reglamento de desechos sólidos con diferentes niveles de avance, formalmente, sólo 7 de ellos han sido aprobados y tienen validez formal vigencia y legalidad.

La convocatoria fue atendida por 150 asistentes entre ellos; el Gobernador del Departamento de Sololá, alcaldes y funcionarios de las 19 municipalidades de la Cuenca del lago de Atitlán, medios de comunicación, universidades, representantes del sector privado, agencias de cooperación e invitados especiales. En medio de este evento el Alcalde de la Municipalidad de San Pedro la Laguna sorprendió haciendo el anuncio de la nueva normatividad para la prohibición del uso, en los comercios locales, de bolsas plásticas y de productos de duroport, este gesto da testimonio de la voluntad política que se empieza a despertar en algunos municipios en pro de la conservación de la cuenca.

Con ambos instrumentos compartidos se espera que los municipios promuevan y apliquen normativas en pro de la conservación de la cuenca así como de la gestión integral de los residuos sólidos.



Entrega de reglamento modelo a autoridades de la cuenca del lago de Atitlán.

"Las propuestas de gobernabilidad ambiental con una visión compartida; permiten ordenar, normar y establecer mecanismos legales para la conservación en la Cuenca del Lago de Atitlán, Guatemala, C.A. "

En este número

- Evento "Propuestas para mejora de la gobernabilidad en la Cuenca del Lago de Atitlán.
- Gira a Coxom Argueta
- Jornada de recolección de materiales en la Cuenca
- Feria ambiental en Santa Catarina
- Lanzamiento de campaña en San Juan la Laguna.



Sobre estas líneas portada del documento "Propuesta Reglamento Modelo para el Manejo Integrado de Residuos y Desechos sólidos para Municipios de la Cuenca del Lago de Atitlán".

Visita a Vivero Municipal de Sololá con Estudiantes de la Escuela Justo Rufino Barrios Jornada Matutina

Por: Equipo de ProAtitlán

Para conmemorar el día internacional del medio ambiente, ProAtitlán en coordinación con el sije de educación ambiental de Sololá, realizaron la visita al vivero municipal de Sololá.

Los estudiantes de sexto grado, pudieron apreciar el funcionamiento y las especies de plantas cultivadas dentro del vivero así como, los beneficios que este aporta al entorno.

En la visita se contó con la participación de 40 personas, entre ellos docentes, personal municipal e instituciones acompañantes.



Estudiantes conociendo el Vivero



Centro de Transparencia de Coxom Argueta en Sololá

Visita del Proyecto "Paisano" a la Cuenca del lago Atitlán

Por: Equipo de ProAtitlán

En agosto ProAtitlán recibió la visita del Programa de Acciones Integradas en Seguridad Alimentaria y Nutricional de Occidente "Project Conocer International PAISANO", desde Huehuetenango.

En la gira participaron instituciones no gubernamentales y líderes comunitarios de Huehuetenango, para conocer el modelo de gestión de los desechos sólidos que abarca desde la recolección, la separación, tratamiento y la disposición final. Los asistentes pudieron conocer la Flota de Tratamiento de Desechos Sólidos ubicada en Coxom Argueta Sololá, además de las plantas de San Jorge la Laguna y San Pedro la Laguna.

El proyecto PAISANO, tiene intervención en cinco municipios de Huehuetenango, a través de actividades de medidas de vida, salud, nutrición y resiliencia con el objetivo de reducir la inseguridad alimentaria y nutricional en hogares vulnerables.

En la visita se contó con la participación de 20 personas entre ellos personal del proyecto y representantes de los órganos de coordinación de los consejos comunitarios de desarrollo de la comunidad y de los municipios visitados.



Centro de acopio de San Jorge la Laguna



Planta de Tratamiento de Coxom Argueta

Jornada de Recolección de Materiales

Por: Equipo de ProAtitlán

A finales de agosto ProAtitlán realizó una jornada de recolección de materiales reciclables en los siguientes municipios de la cuenca del lago de Atitlán: Santiago Atitlán, San Lucas Tolimán, San José Chacoyá, Santa Lucía Utatlán, San Juan la Laguna, Sololá, San Pedro la Laguna, Panajachel, San Andrés Semetabaj y Santa Catarina.

Los materiales recolectados fueron 130,92 quintales (6,55 toneladas) estos conformados por botellas de vidrio, botellas de plástico transparente y blanco, cartón y papel.

Esta actividad se realizó con el fin de sensibilizar a la población, para que ésta contribuya al cuidado del medio ambiente, ya que gracias al reciclado se previene el desuso de materiales potencialmente útiles, se reduce el consumo de nueva materia prima y la esencial es que a través de estas recolecciones se disminuye el ingreso de desechos al basadero municipal.

Por otra parte el agua que se está en dichos recipientes de manos descontroladas, constituye un hospedero para zarcillos y mosquitos los cuales son vectores de enfermedades y por ello es importante extraer estos materiales de sitios poblados y darlos la disposición adecuada.



Sobre estos líneas visitantes en la Planta de Tratamiento de San Pedro la Laguna, Sololá, C.A.



Jornadas de recolección en la Cuenca del Lago de Atitlán.



Gráfica de porcentaje en quintales de material recolectado en las jornadas en la Cuenca del Lago de Atitlán.

Intercambio de Experiencias en el Manejo adecuado de los Desechos Sólidos

Por: Equipo de ProAtitlán

En esta gira los líderes comunitarios de Santa Catarina Palopó visitaron a la Planta de tratamiento de residuos sólidos de San Pedro la Laguna, para poder conocer el manejo adecuado de los desechos sólidos en otros municipios de la cuenca, y así poder replicar en la planta de su municipio.

Participaron 20 personas entre ellas, los COCODES, el encargado de Oficina de ambiente y de aguas residuales de Santa Catarina Palopó como también el concejal de la municipalidad de San Pedro la Laguna.

En los próximos meses en el municipio se iniciará con la campaña de sensibilización de reducción y separación de residuos sólidos, así como con la reactivación de la planta de tratamiento.



Equipo de ProAtitlán en labor de caracterización

Cómo se realiza la Caracterización de Residuos Sólidos

Por: Henry Buxiata, CECUINTERRA

Un estudio de caracterización de residuos sólidos es un instrumento que proporciona información básica de los residuos sólidos, con el objeto de diseñar técnicamente los sistemas de almacenamiento, recolección, transporte y disposición final de los mismos.

Por ello, en el marco del "PROYECTO FORTALECIMIENTO DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE DESECHOS EN LA CUENCA DE LAGO DE ATITLÁN", desarrollado por PROATITLÁN en colaboración con AMSCLAE y financiado por el Fondo Multilateral de Inversiones BID/FOMIN se han realizado los estudios de caracterización de residuos sólidos (orgánicos y no orgánicos) en los municipios beneficiados por el proyecto.

La caracterización permitirá conocer la cantidad de residuos sólidos municipales que se generan en función de las actividades económicas predominantes, y las actuales condiciones sociales de la población. Asimismo, en una etapa posterior se analizarán las principales características (cuantitativas y cualitativas) de los residuos, tales como densidad, composición física, contenido de humedad entre otros.

Qué es un proceso de Caracterización

Las recolecciones son realizadas, por los promotores y técnicos de PROATITLÁN en colaboración con empleados de cada municipalidad y son hechas de puerta en puerta en cada vivienda que cubren voluntariamente en este ejercicio de muestreo. Se ha seleccionado una muestra de 1000 familias en promedio, las cuales han sido previamente instruidas sobre la manera correcta de separar los desechos sólidos. Los operarios realizan una revisión de los contenedores que contienen los residuos para verificar que la clasificación se ha hecho de manera adecuada.

Los sacos que contienen separadamente los residuos orgánicos e inorgánicos son pesados respectivamente para tener una estadística de la producción de los desechos que produce cada familia durante una semana.

Una vez la recolección completada, los residuos son trasladados a la planta de tratamiento de desechos sólidos para depositarlos en el lugar que le corresponde. Los orgánicos son depositados en las pilas de compostaje y los materiales reciclables son una vez más recolectados en vidrio, PET, cartón, plástico y metal y depositados en sus pilas respectivas.

Además de la búsqueda de datos, la caracterización también pretende inculcar una cultura de separación en la fuente de generación.

Testimonios:

Blanca Liba Caso Ceiballos es habitante del municipio de San Juan la Laguna y colabora en este ejercicio de caracterización. Ella a su vez le ha enseñado a sus hijos la importancia de ver también la implicación de las escuelas en lo relacionado con la clasificación de las basuras:

"... mis niños tienen uno cuatros años y el otro seis y ya ellos hablan de clasificar la basura y hablan de llevar un recipiente cuando se vaya a la tienda para traer las cosas. Entonces me alegro mucho que los niños y los maestros estén colaborando para ello".

Manuel Contreras: "El bien es para el pueblo, porque hay muchas personas que tiran la basura en la calle y se va al lago, estoy agradecido y mi basura la estoy apartando, lo que es botellas, botellas y lo orgánico".

Inherentemente, los resultados del estudio también serán de utilidad para los Municipios, en la planificación y dimensionamiento de los servicios de aseo o limpieza pública a corto, mediano y largo plazo, así como en la selección de equipos, tecnologías e infraestructuras apropiadas.

MUNICIPIOS Y No. DE FAMILIAS PARTICIPANTES EN LA CARACTERIZACIÓN	
SAN ANTONIO PALOPO	100
SANTA CATERINA PALOPO	102
SAN ANDRÉS SEMETABAJ	98
PANAJACHEL	102
SOLÓLA	110
CONDOPON	101
SAN JOSÉ CHACAYÁ	84
SANTA LUCÍA UTATLÁN	87
SAN VICENTE LA LAGUNA	101
SAN PABLO LA LAGUNA	104
SAN JUAN LA LAGUNA	107
SAN PEDRO LA LAGUNA	106
SANTO DOMINGO	109
SAN LUCAS TOLIMÁN	108
SANTA CRUZ LA LAGUNA	94
CONDOPON	103
TOTAL	1,617



Stand informativo del equipo de ProAtitlán en la feria realizada en Santa Catarina Palopó

Feria de Sensibilización Ambiental

Por: Cleidivá Oliva, David Cholito Pérez y Juan Eliseo Tzuc

Santa Catarina Palopó, Sololá, 2 de agosto de 2016 - La Municipalidad de Santa Catarina Palopó unió esfuerzos con instituciones que velan por el bienestar del Lago Atitlán - la Autoridad para el Manejo Sustentable de la Cuenca del Lago Atitlán y su Entorno (AMSCLAE), Amigos el Lago-AALA - CEA-UJUV, MINEDUC y PROATITLÁN - para realizar una feria ambiental dirigida a los estudiantes del nivel primario de los establecimientos educativos del municipio con el objetivo de sensibilizar a la población estudiantil desde temprana edad.

El alcalde municipal, Rodolfo Jaj López, y su concejo municipal asistieron a la feria ambiental que se realizó en el parque central y en la sede de AALA donde compartieron una charla sobre temas importantes para el cuidado del Lago. Durante la actividad se presentaron varios puntos como dramatizaciones realizadas por el personal de las instituciones que apoyaron el evento. Así mismo, se expusieron, en los diferentes stands que montaron los organizadores, temas ambientales como el manejo adecuado de la basura, la reforestación de nuevas bosques, las consecuencias de la contaminación del Lago Atitlán. Gracias a este evento en el que asistieron aproximadamente 50 estudiantes, estos tomaron conciencia sobre el medio ambiente y a la vez se entregaron del trabajo de las autoridades y las instituciones.

El alcalde municipal destacó la importancia de este tipo de actividades ya que el municipio genera dos camiones de basura diariamente, también mencionó que en los próximos meses se estarán realizando más actividades en beneficio del medio ambiente, iniciando con la terna de la reforestación en los bosques de las Caserías Palamán y Xepac.

Acerca de nosotros:

La municipalidad de Santa Catarina Palopó, Sololá, es una institución gubernamental que vela por el cuidado del medio ambiente. El alcalde municipal y su concejo están comprometidos un brindar su mejor esfuerzo y trabajar en conjunto con las instituciones que velan por el cuidado del ecosistema con el único objetivo de cuidar y proteger el entorno y recursos naturales del municipio.



Lanzamiento de campaña en San Juan la Laguna

Lanzamiento del sistema de Clasificación de la basura en San Juan La Laguna

Por: David Cholotio Perez, Miguel Samuc y Juan Eliseo Tzoc

San Juan La Laguna, Sololá, 15 de Julio de 2016 - El alcalde municipal Antonio Chavajay procedió hoy al lanzamiento oficial del sistema de clasificación de la basura en la municipalidad de San Juan La Laguna. Desde ahora la basura se separa entre orgánico, reciclable y no reciclable. Este proyecto pudo realizarse gracias al apoyo de organizaciones que trabajan en la mejora de la calidad ambiental en el municipio, y con el apoyo de la Mancomunidad la Laguna.

Para la municipalidad y su concejo, el tema de la basura y del reciclaje es uno de sus prioridades a fin de lograr la conservación del Lago Atitlán y reducir la contaminación de nuestro medio ambiente, que después de todo beneficia a cada uno de los estudiantes, padres de familia y de los niños.

Con la iniciativa de la municipalidad y con el apoyo de las diferentes organizaciones antes mencionado se ha implementado estas buenas prácticas que en su mayoría fue bien aceptada por la población. Pero previo a eso se ha llevado a cabo campañas de sensibilización explicando los beneficios que estas prácticas traigan a nuestra salud. Por el momento, la mitad de la población se le ha proporcionado costales para empezar a clasificar.

Dentro de los proyectos que se tiene contemplado para poder continuar dándole seguimiento a esta iniciativa de relevancia ambiental se tiene contemplado la construcción de una nueva planta de tratamiento.

Hasta hora la población está mostrando mucho interés en la implementación de un sistema de separación de la basura, así como los centros educativos y docentes que se han involucrado en la divulgación de la información, como también la colocación de afiches informativos con sus respectivas imágenes acerca de cómo se tiene que llevar a cabo la clasificación.

Póngase en contacto con nosotros

Llámenos si desea más información sobre nuestra intervención en la cuenca del Lago de Atitlán.

TEL. (502)7762-2389

Plaza Mayasera 2da. Avenida 1-65 zona 2 Calle Rancho Grande, Panajachel Sololá.

Consulte nuestro Facebook:

"Yo soy limpio puro Utz"

"Soy limpio puro Utz"

Este boletín es elaborado gracias al apoyo del equipo técnico del proyecto de Gestión de residuos sólidos de la cuenca del lago de Atitlán- PROATITLÁN

Agosto 2016, Panajachel, Guatemala C.A.



Producto 4

PLAN TRIMESTRAL DE FORMACIÓN DE COMUNICADORES DE LA CUENCA DEL LAGO DE ATITLÁN

No. De perfil	50
Nombre de la actividad	Plan Trimestral de formación para Comunicadores de la Cuenca del lago de Atitlán.(Octubre-Dic 2016)
Municipios	15 municipios y dos aldeas área de intervención del proyecto ProAtitlán.
Monto total estimado	Q.4,950.00
Plan Financiero:	1.4.2.1 Servicios de alimentos, transporte, hospedaje, materiales, contratación de sonido, energía eléctrica, renta de mobiliario, animación lúdica, renta de salones, kit de limpieza
Plan de Adquisiciones:	Componente I Pro Atitlán
Fecha	11 de octubre, noviembre, diciembre 2016

ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

Para dar continuidad a la actualización de la estrategia de comunicación del proyecto ProAtitlán e implementación a nivel de Cuenca, además de dar continuidad al proceso inicial, se llevará a cabo el segundo módulo trimestral de formación dirigido a los comunicadores y los principales representantes de los medios de comunicación del departamento de Sololá.

Con este plan de formación pretende darle seguimiento al proceso para que estos sean portavoces y aliados clave en las campañas de sensibilización del proyecto a nivel de comunicación estratégica. Además de dejar un proceso sostenible de comunicación transversal dentro de las municipalidades beneficiadas por el proyecto ProAtitlán.

OBJETIVOS

GENERAL:

Generar un espacio de interacción, formación y acercamiento con los comunicadores municipales e institucionales de la Cuenca del lago Atitlán para la reducción, separación y sensibilización entorno a la gestión de los desechos sólidos. Además de lograr alianzas estratégicas para la divulgación de las campañas de sensibilización socio-ambiental con enfoque de cuenca, área de cobertura de ProAtitlán.

ESPECÍFICOS:

- Monitorear la divulgación de los nuevos materiales de la campaña de Comunicación Socio ambiental, otorgados.
- Realizar una práctica sobre redacción periodística con enfoque socio ambiental que refleje la problemática actual existente sobre el manejo de residuos sólidos en la cuenca.

- Establecer alianzas de cooperación, apertura y sostenibilidad entre el proyecto y los quince municipios y dos aldeas en cuanto aspecto de educación ambiental, sensibilización de la reducción, separación y gestión de los residuos sólidos.
- Elaborar un boletín municipal con enfoque socio-ambiental al terminar el segundo módulo trimestral de formación, como un producto final y de sostenibilidad del proceso formativo a corto plazo.

METODOLOGÍA

Se realizarán tres talleres en los meses de octubre, noviembre y diciembre del 2016 todos de medio día. Se invitarán a los comunicadores municipales de la cuenca o encargados de las oficinas de ambiente de las municipalidades de la cuenca.

Como ponentes se invitará a un comunicador social y periodista experto en temáticas ambientales en el CECI-UNITERRA, periodismo y elaboración de material audiovisual.

La metodología será práctica y participativa, en la cual los participantes harán un ejercicio sobre la teoría recibida en los primeros talleres. Posteriormente, se hará un análisis y evaluación de los resultados obtenidos y de lo aprendido, además de que cada participante elaborará como producto final de su práctica un boletín con enfoque socio ambiental para su municipalidad o institución.

A continuación el detalle de las actividades:

ACTIVIDADES PREVIAS A CADA TALLER DE OCTUBRE A NOVIEMBRE

Actividad	Responsable	Recursos	Observaciones
Cotización y elección de lugar a realizarse del evento.	Equipo ProAtitlán	Humano del Pro Atitlán	Se ha elegido el restaurante "Solar Pools" de San Pedro la Laguna.
Invitación a los panelistas del Evento.	Equipo ProAtitlán (Haydeé Marroquín).	Llamadas telefónicas y correos electrónicos.	
Invitación a los comunicadores de la cuenca. Envío de convocatorias 2 semanas antes del evento. (listado actualizado de colaboradores municipales)	Equipo ProAtitlán /Promotoras.	Nota de invitación.	Las notas serán entregadas por cada promotora según su área de intervención.
Montaje de salón para actividad	Equipo ProAtitlán/ Componente I	Socialización de la actividad por medio de reuniones y cartas.	Equipo del restaurante.

AGENDA PRIMER TALLER 11 DE OCTUBRE DEL 2016

Hora	Actividad	Responsable	Recursos	Observaciones
8:30	Bienvenida y presentación de participantes	Haydeé Marroquín	Humano	
9:00	Presentación de sinfonía	Ernesto Zelada	Humano	Presentación
9:15	¿Qué es un boletín y para qué sirve? Parte I	Henry Bautista y Haydeé Marroquín	Humano	Conceptualización de boletín y funciones que este cumple como apoyo a las relaciones públicas y cómo este puede emplearse con un enfoque socio-ambiental dentro de la institución.
10:00	Refrigerio	Equipo de ProAtitlán	Humano	
10:30	Bibliografías y ejemplos de boletines como apoyo a la transparencia de las funciones dentro de las Municipalidades	Henry Bautista y Haydeé Marroquín	Humano	Ejemplos reales y recomendaciones para consulta.
12:00	Conclusiones Acuerdos y compromisos	Equipo de ProAtitlán	Cañorera	Coordinación para realizar el taller de Noviembre.
	Almuerzo	Equipo de ProAtitlán	Humano	Comunicadores del ProAtitlán

AGENDA PRIMER TALLER NOVIEMBRE DEL 2016

Hora	Actividad	Responsable	Recursos	Observaciones
-------------	------------------	--------------------	-----------------	----------------------

8:30	Bienvenida y presentación de participantes	Haydeé Marroquín	Humano	
8:45	Diagramación y selección de contenidos para el boletín	Henry Bautista y Haydeé Marroquín	Humano	Criterios básicos de diagramación, selección de fotografías y elementos gráficos.
10:00	Refrigerio	Equipo de ProAtitlán	Humano	
10:30	Bibliografías y ejemplos de boletines como apoyo a la transparencia de las funciones dentro de las Municipalidades	Henry Bautista y Haydeé Marroquín	Humano	Ejemplos reales y recomendaciones de diagramación para consulta.
12:00	Conclusiones Acuerdos y compromisos	Equipo de ProAtitlán	Cañorera	Coordinación para realizar el taller de Diciembre y espacio para elección del nombre de su propio boletín y propuesta de maquetación del mismo.
12:30	Almuerzo	Equipo de ProAtitlán	Humano	Comunicadores del ProAtitlán

AGENDA PRIMER TALLER DICIEMBRE DEL 2016

Hora	Actividad	Responsable	Recursos	Observaciones
8:30	Bienvenida y presentación de participantes	Haydeé Marroquín	Humano	
8:45	Presentación de boletín municipal por participante (primer grupo)	Henry Bautista y Haydeé Marroquín	Humano	Presentación de boletín de la primera mitad de participantes.
10:00	Refrigerio	Equipo de ProAtitlán	Humano	
10:30	Presentación de boletín municipal por participante (segundo grupo)	Henry Bautista y Haydeé Marroquín	Humano	Presentación de boletín de la segunda mitad de participantes.
12:00	Conclusiones Acuerdos y compromisos y lecciones aprendidas durante el proceso de formación.	Equipo de ProAtitlán	Cañonera	Coordinación para realizar el tercer módulo de enero – marzo del 2016.
12:30	Almuerzo	Equipo de ProAtitlán	Humano	Comunicadores del ProAtitlán

RESULTADOS PREVISTOS

- Elaborado un boletín municipal o institucional con enfoque socio-ambiental por participante.
- 20 comunicadores y periodistas de la cuenca del lago de Atitlán sensibilizados y con capacidad de redacción producción de materiales , en relación a la importancia del manejo de Desechos Sólidos y comunicación socio-ambiental.
- Líderes de opinión, comunicadores y periodistas de la cuenca divulgan el nuevo material desarrollado para la campaña cambio de actitud y pago de servicios en sus plataformas de difusión a nivel local.
- Construido un proceso de formación y alianza con los comunicadores de la cuenca con ProAtitlán.

PRESUPUESTO (detallado)

Actividad	Material/equipo	Cantidad	Precio unitario	Total	Observaciones
Colocación de material de Visibilidad	Banner roll up "Yo Soy Limpio Puro UTZ"	1		0	
Alimentación	Almuerzo y refacción para comunicadores primer taller	30	55	1650	
	Almuerzo y refacción para comunicadores/as segundo taller	30	55	1650	
	Almuerzo y refacción para comunicadores/as tercer taller	30	55	1650	

Q 4,950.00

Elaborado por Haydeé Marroquín, Componente I

Vo. Bo. Coordinador

Producto 5

Calendario compartido con AMSCLAE de Julio a Diciembre del 2016

ACTIVIDADES RELEVANTES COORDINACIÓN ENTRE EJE DE EDUCACIÓN Y SENBILIZACION DE AMSCLAE Y PROATITLÁN			
	ACTIVIDADES	MES	NO.
1	Monitoreos del tren de aseo	ago-dic	5
2	Ferias ambientales del eje de educación	ago-dic	5
3	Reuniones del eje de educación (todas las actividades que se realicen y de aquí se generan)	ago-dic	según POA del eje
4	Creación de campaña de pago "contribuyendo por mi municipio limpio"	ago-dic	julio-agosto
5	Foro dirigido a la población	Nov.dic	1
6	Publicación en boletín institucional	agosto- nov	2

Calendario de Ejecución Anual vinculado a la Estrategia de Comunicación Socio-Ambiental

EJECUCIÓN CAMPAÑAS TEMÁTICAS COMOPONENTE I, ESTRATEGIA DE COMUNIACIÓN SOCIO AMBIENTAL

El objetivo general de la estrategia de comunicación socio ambiental es fomentar la conciencia ambiental en la población de los municipios de la que conforman la Cuenca del lago Atitlán, para la creación de un proceso de cambios de actitud y buenas prácticas acerca del saneamiento ambiental basado en el manejo adecuado de los desechos sólidos y líquidos, así como el impacto en la salud pública.

TEMA CAMPAÑA SEPARACIÓN "Yo soy Limpio Puro Utz, Yo Separo mi Basura"

ACTIVIDADES	SUBACTIVIDADES	ABR	MAY	JU	JUL	AG	SEP	OCT	NOV	DIC	EN	FEB	MAR	ABRI
III Taller con Comunicadores municipales de la Cuenca con énfasis en la temática de Separación en su municipio.	Elaboración de convocatorias por cada promotora y apoyo en la logistica de dicho taller.													
	Realización del taller													
I Taller Modelo de mercado de Sololá (separación y reducción)	Elaboración de convocatorias por cada promotora y apoyo en la logistica de dicho taller.													
	Realización del taller													
Monitoreo y evaluación con grupo focal por área de intervención de promotoras	5 grupos focales en áreas de intervención (10 personas representantes)													
	Informe de grupos focales													
Coordinación para la creación de boletín trimestral del proyecto. Noticias por municipio	Elaboración de notas relevantes por municipio o area de intervención en forma trimestral.													

TEMA CAMPAÑA PAGO DE TARIFA "Contribuyendo Por un Municipio Limpio"

ACTIVIDADES													
Sondeo de opinión al pago de la tarifa	Elaboración y aprobación de instrumento.												
	Implementación de Sondeo de opinión (muestra, puerta a puerta) en municipios modelo.												
	Informe de sondeo de opinión												
Producción de Spots para Modelo de gestión y pago de tarifa.	Elaboración y edición de spots para pago de tarifa.												
	Impresión de mantas, afiches y material referente al pago de tarifa												
	Transmisión de spots pagos de tarifa idiomas kiche, kakchiquel y Tzujil (radio y tv)en municipios a nivel cuenca												
Monitoreo y evaluación de campaña	4 grupos focales en áreas de intervención (10 personas representantes)												
	Informe de Sondeo de grupo focal												
Realización de ferias Ambientales coordinadas con el eje de educación	Ferias ambientales en donde participan AALA, UVG, AMSLCLAE Y PROATILÁN												
Foro I con expertos en temas de comunicación Socio-Ambiental	Foro especial dirigido a COCODES(Segundo nivel)												

temática de la salud y medio ambiente															
---------------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PERMANENTES POR MUNICIPIO PILOTO SAN PEDRO, SANTIAGO, SOLOLÁ Y PANAJACHEL															
ACTIVIDAD	MA RZO	ABR IL	MAYO	JUNI O	JULIO	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	EN	FEB	MAR	ABRIL	RESPONSABLE
Participación en el COMUDE del municipio titular.															Equipo promotor componente I
Acompañamiento y coordinación con la oficina de comunicación social de cada municipalidad.															Equipo promotor componente I
Coordinación para la creación de boletín trimestral del proyecto. Noticias por municipio															Mayo (Gaby), Agosto (Brenda), Noviembre (Barbara), febrero (Argentina), Abril, (Gaby)
Apoyo en la ejecución realización ejecución de la CAMPAÑA SEPARACIÓN "Yo soy Limpio Puro Utz, Yo Separo mi Basura"															Equipo promotor componente I
Aporte en la ejecución realización de la CAMPAÑA PAGO DE TARIFA "Contribuyendo Por un Municipio Limpio"															Equipo promotor componente I
															Equipo promotor componente I
Apoyo en la realización de Grupo Focal para Evaluación de TEMA CAMPAÑA SALUD "Yo soy sano Puro Utz"															Equipo promotor componente I
Colaboración en el Programa de Televisión "Por Una Cuenca Puro Utz"															Equipo promotor componente I
Participación en las actividades promocionales de su municipio. (Día mundial del medio ambiente, día de la tierra).															Equipo promotor componente I
Elaboración de Cronograma trimestral por area de cobertura															Equipo promotor componente I
Apyo en POA del area abmiental de cada municipalidad															Equipo promotor componente I
Programas televisivos de ProAtilán y en cada uno de los municipios.															Equipo promotor componente I
Acompañar dos veces en el año al tren de aseo															Equipo promotor componente I
coordinación con tecnicos ambientales de ProAtilán															Equipo promotor componente I
Fechas de establecimiento de la población.															Equipo promotor componente I
Talleres de réplica															Equipo promotor componente I
Levantar base de datos de las personas															Equipo promotor componente I
Reparto y apoyo de convocatorias y notas de invitación															Equipo promotor componente I

Fotografías del Equipo Técnico y Administrativo del ProAtitlán



Fotografía de los integrantes del eje de educación de AMSCLAE con el equipo de sensibilización del proyecto ProAtitlán.



COLABORADORES DE PROATITLÁN

OFICINA GUATEMALA			
	CECI GUATEMALA		
Avenida Reforma 7-62 zona 9, Edificio Aristos Reforma, 4o. Nivel Of. 402A, Teléfono: 23624029 y 23624032			
	PERSONAL OFICINA CENTRAL		
	Silvia Cotton Siekavizza	Directora	silviac@ceci.ca
	Tanya Aguilar	Administradora Financiera	tanyaa@ceci.ca
OFICINA REGIONAL / Panajachel			
	PROATITLÁN		
Plaza Mayasersa 2a. Avenida 1-65 zona 2 Calle Rancho Grande, Panajachel, Sololá Teléfono 77622389			
	PERSONAL PROYECTO PRO ATITLÁN		
No	NOMBRE	Email	CARGO
.			
1	Juan Ernesto, Celada Robles	ErnestoC@ceci.ca	Coordinador Ejecutivo

2	Pérsida Linett, Gutierrez	<u>PersidaG@ceci.ca</u>	Asistente Administrativo Contable
3	Zindy Susel, García Mérida	<u>Zindyg@ceci.ca</u>	Consultora en Gestión de desechos
4	Darlyn Michel, Salguero López	<u>DarlynS@ceci.ca</u>	Técnica Ambiental / Sololá
5	Edwin William, Chopen Poz	<u>EdwinC@ceci.ca</u>	Técnico Ambiental / Panajachel
6	Santiago, Sicay Pop	<u>SantiagoS@ceci.ca</u>	Técnico Ambiental / Santiago Atitlán
7	Eddy Adolfo, Coroxón López	<u>EddyC@ceci.ca</u>	Técnico Ambiental / San Pedro La Laguna
8	Argentina, Ixtuc Cuc de Chiyal	<u>Argentinat@ceci.ca</u>	Promotora Ambiental / Sololá
9	Barbara Rebeca, Ajtujal Quiejú	<u>BarbaraA@ceci.ca</u>	Promotora Ambiental / Panajachel
10	Ana Gabriela Mercedes, de León Albisú	<u>AnaD@ceci.ca</u>	Promotora Ambiental / Santiago Atitlán
11	Brenda Sucely, García Penelu	<u>BrendaG@ceci.ca</u>	Promotora Ambiental / San Pedro La Laguna

12	Jonathan Alexander Buch Hernández	j.buchhernandez@gmail.com	Encargado de comercialización
13	Mynor Jhovanny Ralón Valdéz	mynorjh@gmail.com	Consultor Planes de Negocios Materiales Reciclables
14	Olga Marina Cumatz Vásquez	olmatz@yahoo.com	Consultora Planes de Negocios Materiales Orgánicos
15	Henry Bautista	Henrybautista8@gmail.com	Voluntario de comunicación CECI- UNITERRA
16	Haydeé Marroquín	haydeem@ceci.ca	Consultora Comunicadora Socio ambiental
17	Cesar Massella	consulgirs@gmail.com	Asistencia técnica en mejora de modelos de gestión



Guatemala 02 de abril de 2016
OF. Postgrado 156-2016

**Ingeniero
Ernesto Celada
Director de Programa
Institución Pro Atilán
Presente**

Estimado Ing. Celada:

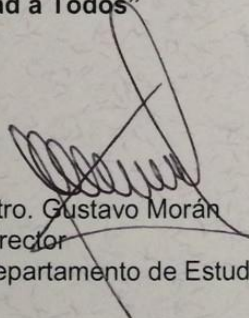
Es un gusto saludarle y a la vez presentarle a la Licenciada Haydeé de la Paz Marroquín González, carné No. 200318049 y es estudiante de la Maestría en Comunicación Organizacional, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

La Licda. Haydeé de la Paz Marroquín, solicita realizar su Trabajo de Graduación de la Maestría en Comunicación Organizacional en la institución que usted dirige, el mismo consiste en realizar un Diagnóstico de comunicación organizacional interno y externo, y con base a los resultados presentar una Estrategia de Comunicación.

Apreciare su valiosa colaboración en el sentido de enviar la carta que avala la aceptación para que la Licenciada Marroquín, desarrolle su trabajo de graduación en su institución así como su, *Visto Bueno* al momento de finalizar cada uno de los productos que sean generados en el desarrollo del diagnóstico y estrategia.

Cordialmente,

“Id y Enseñad a Todos”


Mtro. Gustavo Morán
Director
Departamento de Estudios de Postgrado



c.c. archivo

Becibí
María Chicas
09/04/16
12:09 hrs.



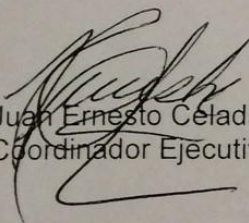
Panajachel, 08 de abril del 2016

Maestro
Gustavo Adolfo Morán Portillo.
Director
Maestría en Comunicación Organizacional
Edificio Bienestar Estudiantil
Ciudad Universitaria

Estimado Maestro Morán:

Por este medio le informo que el *Proyecto de Apoyo al Sistema de Gestión de Desechos Sólidos en la Cuenca del Lago de Atitlán*, Sololá, autoriza a la Licenciada Haydeé de la Paz Marroquín González, carné No 200318049 realizar el respectivo Diagnóstico y Estrategia de Comunicación Organizacional Interna Externa, correspondiente a su Trabajo de Graduación, para optar el título de Maestra en Comunicación Organizacional, así mismo me comprometo a avalar con mi visto bueno cada uno de los instrumentos y/o productos realizados, así por la Licda de la Paz Marroquín para la elaboración del mismo.

Al agradecer su atención, le saluda cordialmente


Juan Ernesto Celada
Coordinador Ejecutivo

Panajachel, 21 de septiembre del 2016

Sr.
Mto. Gustavo Adolfo Morán
Director
Departamento Estudios de Posgrado
ECC USAC

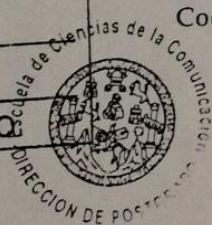
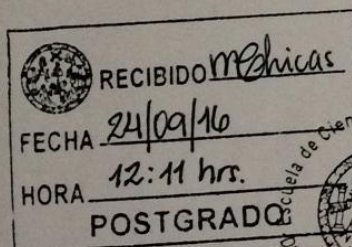
Respetable Maestro:

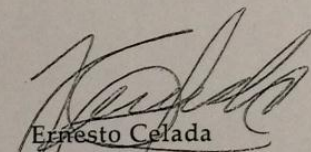
Reciba un saludo cordial del proyecto de asistencia técnica Apoyo al Sistema de Gestión de Desechos Sólidos de Cuenca del Lago de Atitlán (PROATITLÁN), ejecutado por el Centro de Estudios y Cooperación Internacional –CECI-, financiado por el Fondo Multilateral de inversiones (BID-FOMIN) y la contribución institucional de AMSCLAE como contraparte y socio del proyecto.

A través de este medio se hace constar que la Licda. Haydeé de la Paz Marroquin González, carné No.200318049 estudiante de la Maestría en Comunicación Organizacional realizó un Diagnóstico de comunicación Organizacional Interno y Externo así como una Estrategia de Comunicación para el proyecto ProAtitlán de abril a septiembre del 2016.

Agradecemos de antemano su colaboración y apoyo recibido por parte de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Atte.




Ernesto Celada
Coordinador Ejecutivo de ProAtitlán

PROYECTO GESTION DESECHOS
EN LA CUENCA DEL LAGO
PRO ATITLÁN