



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Departamento de Estudios de Postgrado
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Maestría en Comunicación Organizacional



**Diagnóstico y Estrategia de Comunicación para la
Asociación de Desarrollo Comunitario Sajcavillá
ADECSA**

Lic. Juan Gabriel Tacatic Camey

Registro Académico
No. 200417058

Guatemala, 18 de octubre 2017

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

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

Pub. Anaite Machuca
Per. Mario Barrientos
Representantes docentes

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

M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo
Secretario

Tribunal examinador

Dr. Carlos Humberto Interiano
Maestro Gustavo Adolfo Morán Portillo
Maestro César Augusto Urízar Méndez



Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación



Guatemala, 18 de octubre de 2017

Orden de impresión
No.12-2017 GAMP/Machq

Estudiante
Juan Gabriel Tacatic Camey
Registro Académico No. 200417058

Estimado Estudiante Tacatic:

Nos complace informarle que con base a la autorización de informe final del Trabajo de Graduación por el Tribunal Examinador con el título **“DIAGNÓSTICO Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL PARA LA ASOCIACIÓN DE DESARROLLO COMUNITARIO SAJCAVILLÁ ADECSA”**, 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.

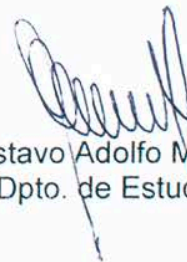
Es para nosotros un orgullo contar con un profesional egresado de esta escuela como usted, que posee los conocimientos para desenvolverse en el campo de la comunicación organizacional.

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”


Escuela de Ciencias de la Comunicación
DIRECCIÓN

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 responsable del contenido de este trabajo.

Índice

Resumen.....	j
Introducción	1

Capítulo 1

1 Diagnóstico Situacional	1
1.1 Nombre completo de la Institución	1
1.2 Ubicación geográfica	1
1.3 Naturaleza de la Institución.....	1
1.4 Líneas estratégicas	1
1.4.1 Misión.....	1
1.4.2 Visión	2
1.4.3 Objetivos.....	2
1.5 Principales actividades	2
1.6 Actores internos	2
1.7 Actores Externos	2
1.8 Organigrama ADECSA.....	4
1.9 Perfil de los trabajadores	5

Capítulo 2

2 Fundamentos Epistemológicos.....	9
2.1 Marco Teórico.....	9
2.2 Diagnóstico de Comunicación.....	11
2.3 Comunicación Interna.....	12
2.4 Flujos de la Comunicación Interna.....	13
2.5 Comunicación externa	13

Capítulo 3

3 Metodología Aplicada.....	14
3.1 Planteamiento del problema.....	14
3.2 Justificación.....	15
3.3 Objetivos	16
3.3.1 Objetivo General	16

3.3.2 Objetivos Específicos	16
3.4 Tipo de Investigación	17
3.5 Técnica de investigación	17
3.6 Instrumentos	18
3.7 Población.....	18
3.8 Muestra.....	18
3.9 Análisis de la información	18

Capítulo 4

4 Diagnóstico de comunicación	19
4.1 Análisis de la comunicación interna	19
4.2 Análisis de Comunicación Externa	28
4.1 Usuarios	29
4.2.2 Instituciones.....	32
4.2.3 Análisis de la identidad corporativa	35
4.2.4 Análisis de la imagen corporativa	35
4.2.5 Comunicación en crisis.....	36
4.2.6 FODA	36
4.2.7 Análisis y pronóstico de la situación.....	37
4.2.8 Factores influyentes directos e indirectos	38
Árbol de problemas	39
4.3 Determinación de prioridades comunicacionales.....	40
4.4 Propuesta de soluciones	41

Capítulo 5

5 Plan de trabajo.....	43
5.1 Justificación.....	43
5.2 Objetivos	44
5.2.1 Objetivo General	44
5.2.2 Objetivos específicos.....	44
5.3 Público objetivo	45
5.4 Propuesta de soluciones	46

5.5 Matriz de Coherencia	48
5.6 Plan de Comunicación.....	50
5.7 Validación de la propuesta de solución.....	58
5.8 Implementación.....	58
5.9 Cronograma de implementación de la propuesta. Por meses y semanas.	58
5.10 Plan de monitoreo y evaluación	59
5.11 Visión del Futuro.....	60
Conclusiones	61
Recomendaciones.....	62
Referencias.....	63

ANEXOS

Anexo 1: Cronograma de diagnóstico.....	66
Anexo 2: Instrumentos	67
Anexo 3: Guía de Comunicación Interna.....	73
Anexo 4: Guía de Reuniones.....	79
Anexo 5: Manual de Manejo de Crisis.....	80
Anexo 6: Brochure	85
Anexo 7: Carpeta.....	86
Anexo 8: Tarjeta de presentación.....	86
Anexo 9: Hoja membretada	87
Anexo 10: Bifoliar.....	88
Anexo 11: Guión Video Institucional	89
Anexo 12: Publicaciones para redes sociales.....	90
Anexo 13: Carta de solicitud.....	91
Anexo 14: Carta de aceptación.	92
Anexo 15: Carta de validación de productos	93

Índice de figuras

	Pág.
Figura 1: Organigrama institucional.....	4
Figura 2: Plan de comunicación interna.....	11
Figura 3: Comunicación interna.....	13
Figura 4: Isologo de la institución.....	35

Índice de graficas

Gráfica 1: ¿Cuál es su antigüedad en la institución?.....	20
Gráfica 2: ¿De qué forma se da la comunicación interna de la institución?	20
Gráfica 3: Importancia de la comunicación interna.	21
Gráfica 4: Comunicación horizontal.....	22
Gráfica 5: ¿La comunicación es efectiva entre compañeros de otras áreas?.....	22
Gráfica 6: ¿Fluye adecuadamente la información?.....	23
Gráfica 7: Comunicación vertical.....	23
Gráfica 8: Leguaje adecuado.....	24
Gráfica 9: Comunicación diagonal.....	24
Gráfica 10: Satisfacción de la comunicación interna.....	25
Gráfica 11: Opinión para la toma de decisiones.....	25
Gráfica 12: Obstáculos en la comunicación.....	26
Gráfica 13: Evaluación de herramientas comunicacionales.....	26
Gráfica 14: Reconocimiento de la institución.....	29
Gráfica 15: ¿Conoce qué significan las siglas ADECSA?	29
Gráfica 16: Medios de comunicación por la que se informa.....	30
Gráfica 17: Importancia de comunicar.....	30
Gráfica 18: Canales de comunicación.....	31
Gráfica 19: Periodicidad para informar.....	31

Índice de tablas

Tabla 1: FODA.....	36
Tabla 2: Matriz de Análisis.....	37
Tabla 3: Árbol de problemas.....	39
Tabla 4: Soluciones y funciones de la comunicación interna.....	46
Tabla 5: Soluciones y funciones de la comunicación externa	47
Tabla 6: Matriz de Coherencia Comunicación Interna	48
Tabla 7: Matriz de Coherencia Comunicación Externa	49
Tabla 8: Plan de Comunicación.....	50
Tabla 9: Problema 2 comunicación interna	51
Tabla 10: Problema 3 comunicación interna.....	52
Tabla 11: Problema 1 comunicación externa	53
Tabla 12: Problema 2 comunicación externa	54
Tabla 13: Problema 3 comunicación externa	55
Tabla 14: Problema 4 comunicación externa	56
Tabla 15: Problema 5 comunicación externa	57
Tabla 16: Cronograma de actividades de la propuesta.....	58
Tabla 17: Monitoreo del plan.....	59

Resumen

La comunicación organizacional se ha vuelto fundamental para las instituciones, cada día es más evidente la necesidad de establecer estrategias de comunicación, por tal razón se escogió a la Asociación de Desarrollo Comunitario Sajcavillá para realizar un diagnóstico comunicacional que abarco la parte de comunicación interna y de igual manera la comunicación externa.

Para ello, previo a la realización del diagnóstico se determinó a los actores internos y externos, así como su estructura organizacional y el perfil de los colaboradores, con ello se estableció que la naturaleza de la organización es desarrollar proyectos en beneficio de la población de la Aldea, de tal manera que mejoren su calidad de vida. Cuentan con su misión y visión, su enfoque, servicios básicos (agua, drenajes, manejo de desechos sólidos), salud, educación y la infraestructura.

Luego de realizar un Diagnostico situacional se procedió a utilizar herramientas para recabar datos como lo son las encuestas, reuniones el método de la observación y las entrevistas que nos arrojaron datos concretos de cómo está la situación de la institución.

El objetivo general de la investigación abarca la comunicación interna y la comunicación externa, la primera nos indica la interrelación entre los actores internos de la institución y el segundo busca conocer cómo está la institución con el público externo.

Como resultado del diagnóstico se determinó que no existe estrategias de comunicación organizacional, ya que una de sus debilidades es la falta de un encargado de gestionar la comunicación, por tal razón para la mejora de la comunicación interna se plantea una guía de comunicación interna, una guía de reuniones y un manual de comunicación en crisis, para la comunicación externa se diseña un brochure, un bifoliar, una carpeta institucional y materiales para redes sociales, con el fin de socializar el trabajo que realiza la institución.

Estas propuestas cuentan con un plan de monitoreo y evaluación, se propone designar a un coordinador del departamento de comunicación, se establece un indicador y el medio de verificación de cada propuesta.

Luego de poner en marcha la implementación de las propuestas se espera que la comunicación interna fluya de mejor manera y la percepción de los públicos externos generen una identificación con la institución.

Se recomienda realizar capacitaciones constantes hacia los colaboradores con el objetivo de mejorar las estrategias de comunicación, se propicien espacios que lleven a cabo reuniones informativas y formativas. Otro aspecto a considerar es el manejo de redes sociales, ya que en la era tecnológica los comportamientos de nuestros públicos objetivos van cambiando y son áreas que se deben atender.

Introducción

La comunicación es el oxígeno de la sociedad, el intercambio de ideas entre dos o más interlocutores también genera problemas comunicacionales si este no se sabe transmitir y pueden provocar malestar tanto fuera como dentro de una organización. Para Barrera (1991) “en la comunicación se crean sociedades. Por tal razón la comunicación es un acto puro y visible en el gesto”. (p. 6)

El problema central en las relaciones dentro de una empresa o institución es la comunicación, porque es difícil escuchar y ser escuchados. Las organizaciones están integradas por el elemento humano en el cual la comunicación es imprescindible para el logro de objetivos de la misma. No puede existir una comunicación que plantee incoherencias entre los mensajes dirigidos a los públicos internos y a los públicos externos, ya que en la configuración de las opiniones de las personas interviene tanto la comunicación interna como la externa.

Este trabajo consistió en diagnosticar la situacional de la Asociación de Desarrollo Comunitario Sajcavillá (ADECESA), quien a lo largo del tiempo ha impulsado proyectos de desarrollo para sus vecinos.

En la búsqueda de mejorar la calidad de vida de más de trece mil personas ADECESA desde su creación ha trabajado para introducir el sistema de agua potable en los hogares de la aldea Sajcavillá, hoy en día lucha por que cada familia cuente con el sistema de drenajes. Además, impulsa capacitaciones hacia los vecinos en el ramo de la agricultura e incentivando a las amas de casa a ser microempresarias.

Dentro del presente trabajo se despliega el Plan de Investigación que nos permite conocer el manejo de la comunicación organizacional interna y externa dentro de ADECESA, asimismo establece cuáles son los procedimientos para desarrollarla.

Se incluyó el planteamiento del problema, la justificación de la investigación, así como los objetivos y el Marco Teórico. Además, se incluyó la metodología a utilizar y la población a estudiar.

Finalizado el diagnóstico se pudieron establecer estrategias comunicacionales tanto para los públicos internos como para los externos, se proponen productos que vengán a mejorar la imagen e identidad hacia la institución. Así como un plan de monitoreo y evaluación que permita la verificación de la factibilidad de las estrategias.

Capítulo 1

1 Diagnóstico Situacional

Los siguientes datos fueron tomados de un documento impreso proporcionado por la institución, así como de un trifoliar elaborado por ellos mismos en el año 2010.

Datos Generales

1.1 Nombre completo de la Institución

Asociación de Desarrollo Comunitario Sajcavillá, ADECSA

1.2 Ubicación geográfica

La entidad inició sus operaciones en enero de 1999 en la aldea Sajcavillá, del municipio de San Juan Sacatepéquez, departamento de Guatemala. Esta aldea tiene una población aproximada de 13,000 habitantes de los cuales el 90% lo constituyen indígenas y está dividido en 5 sectores y 3 caseríos.

1.3 Naturaleza de la Institución

Es una entidad comunitaria, incluyente, integral, de tipo social, no religiosa y no lucrativa. Brinda servicios básicos de excelente calidad, promueve programas y proyectos productivos, sociales, culturales, educativos y de salud.

1.4 Líneas estratégicas

1.4.1 Misión

Desarrollar proceso de planeación estratégica territorial, desde los cuales se impulsen iniciativas que consoliden el mejoramiento de las condiciones de vida de las familias de la aldea Sajcavillá, incidiendo en procesos de desarrollo social, económico, político, cultural y ambiental, bajo un contexto de pluriculturalidad, multilingüe y multiétnico, con tolerancia y respeto por el derecho ajeno y la propiedad privada.

1.4.2 Visión

Ser una organización que impulse procesos de desarrollo integral desde lo local, con principios de sostenibilidad, transparencia y solidaridad entre los sectores que convergen en el área de acción de la asociación.

1.4.3 Objetivos

Mejorar la calidad de vida de los habitantes de la aldea e incidir positivamente en los índices de salud, ser un ente capacitador para sus agricultores y fomentan el desarrollo de infraestructura social y el desarrollo económico local.

1.5 Principales actividades

Administración y mantenimiento del sistema de agua potable, administración y mantenimiento de 6 plantas de tratamiento de aguas negras, capacitación técnica para agricultores, capacitación a mujeres para convertirse de amas de casa a micro empresarias locales.

1.6 Actores internos

- La Asamblea General
- Junta directiva
- Consejo de Administración y órgano fiscalizador
- Director General
- Contador
- Caja central
- Fontanería

1.7 Actores Externos

- Municipalidad de San Juan Sacatepéquez
- Otras Municipalidades de región.
- Consejo Departamental de Desarrollo Guatemala
- Algunos bancos del Sistema
- Cooperativa Ecosaba, R. L. y otras cooperativas

- Direcciones de Educación de Sajcavillá.
- Infom
- Algunas embajadas
- Fundaciones de desarrollo
- Empresas establecidas en el municipio y en la región.
- Personeros del Ministerio de Salud
- Algunos ministerios (MAGA, MARN, Cultura y deportes)
- Organizaciones de desarrollo

1.8 Organigrama ADECSA

Figura 1: Organigrama institucional



Fuente: Asociación de Desarrollo Comunitario Sajcavillá

ADECSA tiene un órgano superior, La Asamblea General, integrada por los habitantes de la aldea, quienes son sus asociados y fundadores. Cuenta con 3 Órganos Soberanos: La Junta Directiva, El Consejo de Administración y El Órgano de Fiscalización, quienes son relevados cada 4 años de sus puestos. En el nivel Jerárquico inmediato inferior está el Director General, encargado de ejecutar las políticas dictadas por los órganos superiores, y este tiene bajo su responsabilidad a: un contador general, un receptor pagador, un promotor de proyectos, esto en el campo administrativo y en el área técnico operacional a: 3 fontaneros, quienes realizan las labores de mantenimiento, reparación y operación de los respectivos

1.9 Perfil de los trabajadores

Los siguientes perfiles de colaboradores se tomaron de un documento elaborado por el gerente general de la institución y proporcionado digitalmente vía correo electrónico.

Puesto: Gerente General

Identificación

Título del puesto: Gerente General

Ubicación Administrativa: Dirección General

Subalternos: Todo el personal

Naturaleza del puesto (descripción genérica):

Es un puesto de carácter administrativo, responsable de la planificación, organización, integración, dirección, coordinación y control de las actividades de la asociación, apegado a las disposiciones de los estatutos y reglamentos existentes.

Perfil

1. Perito Contador o Administrador de Empresas.
2. Edad entre 30 a 40 años
3. Conocimiento en gestión y ejecución de proyectos comunitarios.
4. Buenas relaciones personales
5. Dinámico

Puesto: Contador General y Asistente de Gerencia

Identificación

Título del puesto: Contador General y Asistente de Gerencia

Ubicación Administrativa: Sección Contable y Administrativo

Inmediato Superior: Gerente General

Subalternos: Receptor-Cajero y Asistente de Contabilidad

Naturaleza del puesto (descripción genérica):

Es el responsable de la administración en caso de ausencia del Gerente General y de la estructuración de los estados financieros de la organización y de coordinar, revisar y registrar las operaciones contables de la organización.

En el puesto contable es el encargado del procesamiento de todos los datos y registros contables originados por las diversas transacciones de la institución.

Perfil

1. Perito Contador.
2. Edad entre 25 a 35 años
3. Amplio conocimiento en contabilidad general.
4. Conocimientos básicos en administración
5. Buenas relaciones personales
6. Dinámico

Puesto: Asistente de Contabilidad

Identificación

Título del puesto: Asistente de Contabilidad

Ubicación: Sección Administrativa

Inmediato Superior: Contador General

Subalternos: Ninguno

Naturaleza del puesto (descripción genérica):

Es el responsable de asistir al Contador General en todo el sistema contable de la asociación.

Perfil

1. Perito Contador.
2. Edad entre 25 a 35 años
3. Conocimiento en contabilidad general.
4. Amplio conocimiento en custodia de documentos y valores.
5. Buenas relaciones personales
6. Dinámico

Puesto: Receptor-Cajero

Identificación

Título del puesto: Receptor-Cajero

Ubicación Administrativa: Sección de Caja

Inmediato Superior: Contador General

Subalternos: Ninguno

Naturaleza del puesto (descripción genérica):

Puesto de carácter administrativo, responsable del servicio y atención al público, así como de todos los controles y operaciones realizadas en la caja general de la asociación.

Es un puesto de atención al público y tiene a su cargo las operaciones de ingreso de valores. Es el responsable de que el asociado sea bien atendido.

Perfil

1. Perito Contador.
2. Edad entre 25 a 35 años
3. Amplio conocimiento en custodia de valores.
4. Buenas relaciones personales
5. Dinámico

Puesto: Promotor de Proyectos

Identificación

Título del puesto: Promotor de Proyectos

Ubicación: Sección Administrativa

Inmediato Superior: Gerente General

Subalternos: Ninguno

Naturaleza del puesto (descripción genérica):

Es el responsable de promover las búsquedas financieras para los diferentes proyectos que promueva la Asociación.

Perfil

1. Bachiller o Gestor de Proyectos.
2. Edad entre 25 a 35 años
3. Conocimientos básicos en construcción
4. Amplio conocimiento en Autocad.
5. Amplio conocimiento en elaboración de perfiles de proyectos
6. Buenas relaciones personales
7. Dinámico

Puesto: Fontanero

Identificación

Título del puesto: Fontanero

Ubicación: Sección Operativa

Inmediato Superior: Gerente General

Subalternos: Ninguno

Naturaleza del puesto (descripción genérica):

Es un puesto de carácter operativo, responsable del control y mantenimiento general de los sistemas de agua potable y drenaje sanitario. Planifica las actividades para las mejoras y mantenimientos de los sistemas de agua potable y drenaje sanitario.

Perfil

1. Tercero básico.
2. Edad entre 25 a 35 años
3. Conocimientos básicos en construcción.
4. Conocimientos básicos en electricidad
5. Amplio conocimiento en fontanería
6. Buenas relaciones personales
7. Dinámico

ADECSA, como ente gestor de proyectos que benefician a la población y elevar el nivel de vida de los vecinos trabaja juntamente con el Consejo Comunitario de Desarrollo (COCODE). Este consejo se encarga de organizar a la comunidad y priorizar las necesidades de infraestructura, ellos coordinan con la Asociación y es esta, quien se encarga de todo el tema administrativo, legal y financiero.

Debido a la importancia y magnitud de los proyectos, ADECSA, es quien tiene el poder de convocatoria y generalmente es la asociación quien propone los proyectos y la ejecución de la misma, por tal razón la importancia de que se maneje una buena comunicación tanto a lo interno como a lo externo es extremadamente importante para el logro de los objetivos de la Institución.

Capítulo 2

2 Fundamentos Epistemológicos

2.1 Marco Teórico

En estos últimos años las instituciones y organizaciones le están dando importancia a las diversas formas y proceso de comunicación, de esta manera buscan alcanzar las metas trazadas.

Este razonamiento en la que se han adentrado se debe al reconocimiento de la necesidad que tienen todos los actores en la búsqueda de una comunicación efectiva y gestionar de mejor manera los contenidos que circulan entre los flujos de información requeridos por los distintos públicos.

El bienestar de los colaboradores debe estar en la misma dirección con la motivación que ellos puedan recibir, puede haber satisfacción laboral mas no así llenar las expectativas que se requieren para un óptimo desarrollo del equipo.

Por consiguiente, la comunicación organizacional establece una serie de técnicas y actividades y de acuerdo con Fernández (2002) “están encaminadas a facilitar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de una organización o la organización y su medio” (p.12). La comunicación para tal efecto se divide en comunicación interna y comunicación externa.

La comunicación interna por otro satisface las necesidades en la vida laboral, los hace sentirse seguros en cuanto a su relación laboral y los motivan a aspirar a otros temas laborales.

El ser humano responde a la satisfacción de necesidades, La Pirámide de Maslow plantea que si se llenan las necesidades primarias o fisiológicas, de seguridad, de afiliación y reconocimiento el ser humano crea en los colaboradores la identificación con la institución.

Por otro lado la comunicación externa brota de la necesidad tener una interrelación con los públicos fuera de la misma institución. Dicha comunicación es fundamental, ya que centra su atención en los usuarios, teniendo como resultado un excelente flujo de comunicación. Para Morales (2009) “la comunicación externa es el conjunto de actividades generadoras de mensajes dirigidos a crear, mantener o mejorar la relación con los diferentes públicos de la empresa, así como también ayuda a proyectar una imagen favorable de la compañía, de las actividades, productos y servicios brindados por ellos”.

De tal manera que entender la comunicación organizacional nos permite entender su importancia y sus aportes en la búsqueda de las mejoras constantes en las instituciones. Para Ritter (2008) La comunicación organizacional es:

Un apoyo en la búsqueda del logro de objetivos, de los planes, de las políticas y los programas corporativos, además afianza y fomenta la cultura corporativa, satisfaciendo las necesidades de información y comunicación. Construye una identidad de la empresa y genera un clima de confianza y motivación. (p.23)

Bajo este fundamento, la comunicación se convierte en el tema vital y de suma importancia en la contribución de la consecución de los objetivos de la institución, orientando de manera efectiva la misión, visión y filosofía bajo un direccionamiento asertivo, eficaz y estratégico.

Por tal motivo, al hablar de comunicación organizacional se reacciona y dimensionan todas las peculiaridades interdisciplinarias que intervienen en las diversas áreas de las cuales está compuesta la entidad, además de las políticas, el talento humano y el desarrollo de las estrategias, así como también el desarrollo operativo.

A pesar de ello, la ejecución correcta de la transmisión de información y haciendo uso de un buen sistema de comunicación no puede ser una actividad sistemática, periódicamente debe hacerse mediciones de impacto y medición de los resultados de las estrategias implementadas y desarrolladas, por lo que se obtendrían datos para las correcciones posteriores y de esta manera garantizar el éxito esperado.

Debido a la necesidad que se tiene por medir habitualmente la gestión, que indiscutiblemente es esencial para el desempeño de la institución, hoy por hoy es un concepto que viene tomando fuerza tanto en el ámbito empresarial como institucional, bajo este concepto se hace referencia al diagnóstico comunicacional, herramienta necesaria e infaltable para la evaluación de los procesos comunicativos a los que están sujetos las instituciones.

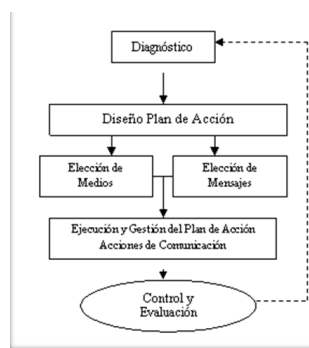
2.2 Diagnóstico de Comunicación

Un diagnóstico de comunicación organizacional se refiere a un análisis de cómo funcionan los sistemas de comunicación tanto interna como externa, con el propósito de mejorar las prácticas comunicativas. Examina también los mensajes que emite la institución, así como los ruidos en la comunicación y otros que distorsionan la información tal es el caso de los rumores.

La misión del diagnóstico consiste no solo en evaluar la situación actual de la institución, sino en plantear las recomendaciones necesarias para mejorar los procesos y estrategias comunicacionales, mejorar los contenidos e implementar nuevos mecanismos.

Por ello, para la implementación de un diagnóstico comunicacional es fundamental seguir un curso metodológico que permita la evaluación, tanto de los medios de transmisión, como del mensaje tal cual. Dicha metodología contempla la elaboración de un plan de acción.

Figura 2: Plan de comunicación interna.



Fuente: García, J. et al. (1999)

2.3 Comunicación Interna

La comunicación interna que va dirigida al colaborador, surge como respuesta a las nuevas necesidades de motivar a su equipo humano, teniendo claro que las empresas están hechas de equipo y talento humano, por ello es importante motivar para obtener mejores resultados.

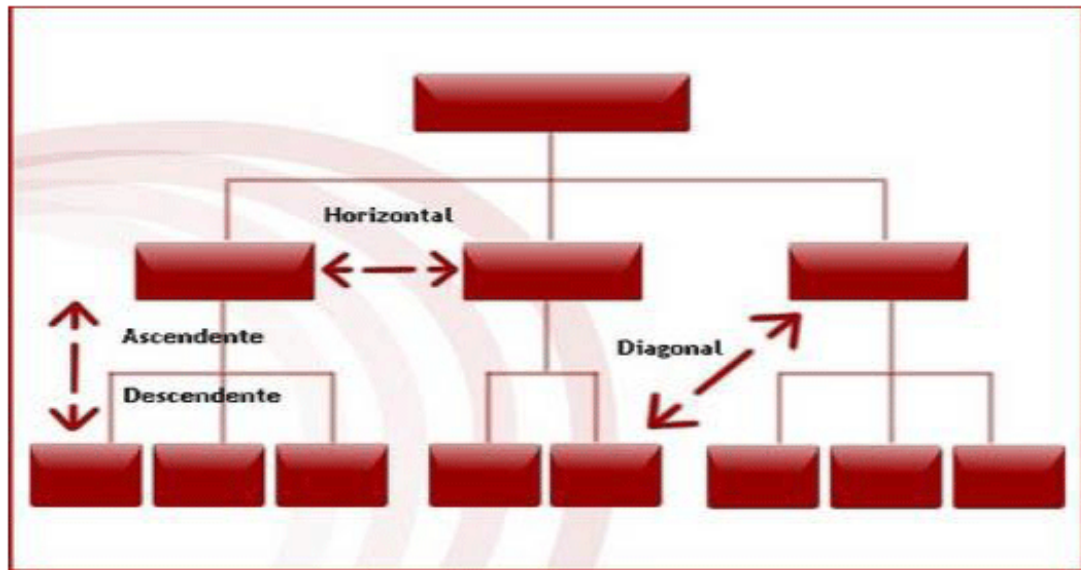
Según Capriotti (1998) “la Comunicación Interna es contar a la Organización lo que la Organización está haciendo” (pág. 5). La Comunicación Interna está siendo reconocida por las empresas que la aplican como un factor clave para la rentabilidad y un aliado para conseguir sus objetivos estratégicos en situaciones de cambio. La correcta gestión de la comunicación dentro de las organizaciones reduce la posibilidad de los flujos incontrolados de información, disminuyendo así en un alto grado el riesgo de conflicto.

Aunque la comunicación ha existido siempre, en todo tipo de organizaciones, han sido las empresas e instituciones consideradas como “excelentes” que, según FEAPS, (s/f) “en muchas ocasiones, todavía se piensa que comunicar no es más que “decirle algo a alguien”. Sin embargo, la comunicación va mucho más allá de la simple información lineal de un hecho o una idea” (Pág. 20).

Muchas empresas confunden la comunicación interna con un modelo de información unidireccional. La comunicación interna concierne a todos los componentes de la empresa desde la dirección general, pasando por los cuadros, directivos y empleados.

2.4 Flujos de la Comunicación Interna

Figura 3: Comunicación interna



Fuente: Nuñez, K. (2012)

2.5 Comunicación externa

La comunicación organizacional externa nace como una necesidad que la institución tiene por relacionarse exteriormente con diversas entidades y públicos. Esta se encuentra dirigida a clientes, proveedores, competidores y medios de comunicación. Una de las herramientas de gran contribución en las actividades relacionadas con la publicidad son los medios de comunicación.

Para Muriel (1980) la importancia entre la institución y sus públicos externos radica en el ambiente donde intervienen ambos. Mediante la comunicación externa se logra la coordinación de los objetivos de la institución con los de los públicos externos. La conjunción de los intereses de ambos serán los que permitan el logro de objetivos de las dos partes mediante un buen sistema de comunicación donde se conozcan las necesidades de cada uno.

Capítulo 3

3 Metodología Aplicada

3.1 Planteamiento del problema

Al abordar el tema de comunicación organizacional es de suma importancia tener presente que toda comunicación se lleva a cabo en el vínculo humano con el objetivo de que se cumplan las tareas asignadas, complementándose cada uno de ellos de acuerdo con sus propias culturas, construyendo de esta manera una cultura organizacional compuesta por el conjunto de valores y creencias.

Sajcavillá, está ubicada a 28 kilómetros de la ciudad capital, es una de las trece aldeas que integran el municipio de San Juan Sacatepéquez, en el departamento de Guatemala, cuenta con una población aproximada de 13,616 habitantes, integrados en 1,964 familias que en promedio tienen entre 5 y 7 miembros cada una.

Dentro de la comunidad existe una Asociación de Desarrollo Comunitario y debido a la magnitud de la población busca día a día implementar proyectos de desarrollo social, por tal razón se realizará un diagnóstico de las herramientas que se utilizan para desarrollar la comunicación organizacional.

En este trabajo se pretende responder a la siguiente interrogante: ¿Cuál es la situación actual de la Comunicación Organizacional, tanto interna como externa dentro de la Asociación de Desarrollo Comunitario Sajcavillá, (ADECOSA)?

3.2 Justificación

La comunicación organizacional no es una moda, es una evolución de la comunicación para la mejora constante de las organizaciones, empresas e instituciones. En la actualidad, donde a diario surgen cambios que transforman el panorama de las organizaciones debido al auge de la tecnología de la información, se nos presentan herramientas nuevas que facilitan la labor de comunicación.

Al analizar y evaluar tanto la comunicación organizacional interna como la externa, así como el clima y la cultura organizacional, además de sus resultados dentro de la institución, nos permitirá crear un mejor ambiente, generando en gran medida un mayor rendimiento dentro de ella.

Si bien es cierto la comunicación de una organización se basa en comunicación interna y comunicación externa, por lo que sus esfuerzos no deben de concentrarse únicamente en su público externo. La comunicación dentro de la institución es fundamental para que esta se desarrolle de mejor manera y más efectiva.

Uno de los errores más habituales en una institución es poseer una mala comunicación, propiciando de esta manera malentendidos y conflictos, generando una mala identidad e imagen corporativa.

Dicho lo anterior se hace la siguiente interrogante ¿Por qué es importante la comunicación organizacional? Contemplando la comunicación interna y externa, estos son esenciales para el funcionamiento de las instituciones y la consecución de ello es alcanzar los objetivos y las metas.

Por tal razón a la Asociación de Desarrollo Comunitario Sajcavillá, ADECSA, se eligió para la realización de estudio de comunicación organizacional integral, debido a que, por su importancia

para una comunidad en búsqueda del desarrollo, es necesario que todos los actores internos y externos deben saber y conocer hacia dónde quiere llegar la institución.

3.3 Objetivos

3.3.1 Objetivo General

- Conocer el manejo de la Comunicación Organizacional de la Asociación de Desarrollo Comunitario Sajcavillá ADECESA

3.3.2 Objetivos Específicos

- Analizar los canales de información utilizados por ADECESA para el traslado de información interna y externa.
- Estimar si las estrategias de comunicación utilizados son las idóneas para su comprensión.
- Determinar los ruidos comunicacionales que se dan dentro de la institución.
- Estimar si existe una buena identidad corporativa
- Identificar si existe una buena imagen corporativa.

3.4 Tipo de Investigación

Para llevar a cabo este proceso de diagnóstico se recurrió a la técnica de investigación mixta, apoyado en herramientas cuantitativas, los cuales permitirán contrastar los datos obtenidos, debido a que se analizará todas las entrevistas y así obtener información concerniente a la comunicación interna y externa en ADECSA.

Utilizo el enfoque mixto, analizando cada dato de mejor manera y se cuantificó los resultados para un alto grado de interpretación.

3.5 Técnica de investigación

Si bien, no está establecido una técnica y un método para la realización del diagnóstico en general, a continuación, tomaron los siguientes medios, debido a su calidad en la obtención de excelentes resultados.

La observación: permite un mayor acercamiento y familiarizarse en el ambiente que se vive y las prácticas comunicacionales en todos los niveles jerárquicos.

Reuniones: se realizaron reuniones periódicas para identificar de mejor manera cada detalle en el proceso de comunicación.

Entrevistas: las entrevistas individualmente se hicieron a todos los colaboradores de cada departamento. La entrevista y el cuestionario son dos métodos básicos para la realización de un diagnóstico, el cual permitió recopilar información que dé la oportunidad de analizar hasta los más mínimos detalles en una conversación con los miembros de la institución.

Análisis de las redes de comunicación: permite el análisis como está estructurada la comunicación y su efectividad. Evalúa a su vez los problemas que afronta la difusión de la información en el proceso de comunicación además de la cantidad y calidad de mensajes transmitidos.

3.6 Instrumentos

Guía de Entrevista: Se realizó una guía de entrevista, siempre buscando los objetivos planteados, dicha entrevista se le hará a todo el personal

Encuestas: las encuestas se llevaron a cabo para la parte de comunicación externa, para ello se tomó una muestra y tener un dato cuantificable del proceso de comunicación externa.

3.7 Población

Actores internos y externos de ADECSA.

3.8 Muestra

Para el diagnóstico de comunicación organizacional interno por la cantidad de personas que intervienen en la institución no se tomaron muestras, sino se abordaron a todos los actores internos, para la parte externa si se tomaron muestras de los 3 sectores donde inciden mayor número de familias, se encuestaron a 204 personas.

3.9 Análisis de la información

Luego de obtenida la información se procedió a transcribir la información, codificar e integrarla para su análisis, se buscarán palabras claves para su interpretación en el contexto de la comunicación tanto interna como externa.

Se procedió a tabular toda la información para luego ser interpretada, buscando siempre el cumplimiento de objetivos planteados.

Capítulo 4

4 Diagnóstico de comunicación

El diagnóstico de comunicación organizacional nos arroja datos que nos permiten desarrollar procesos de gestión que consoliden organizaciones sólidas, por tal razón es necesario determinar las funciones de la comunicación en todas sus formas, horizontal, vertical ascendente y descendente, estos nos permiten optimizar los recursos y esfuerzos.

El fortalecimiento de la cultura comunicativa utilizada por la comunicación interna es un recurso estratégico enfocado en la coordinación y direccionamiento hacia el logro de objetivos de una institución. Además, se puede referir como mejoramiento continuo en la adaptación de un mundo en constante cambio.

Por otro lado, la importancia que ADECSA le debe dar a la comunicación externa debe ser en función a los cumplimientos de metas y objetivos para la creación de nuevos proyectos que beneficien a la comunidad. Es transcendental proyectar una buena imagen institucional para lograr no solo el posicionamiento en su público objetivo, sino también las entidades que puedan aportar para mejorar la calidad de vida de los habitantes donde la institución opera.

Seguidamente se proporcionan los resultados del estudio realizado en la búsqueda de dificultades que posee la asociación y se plantea posibles soluciones para mejorar la relación tanto con los públicos internos como los externos.

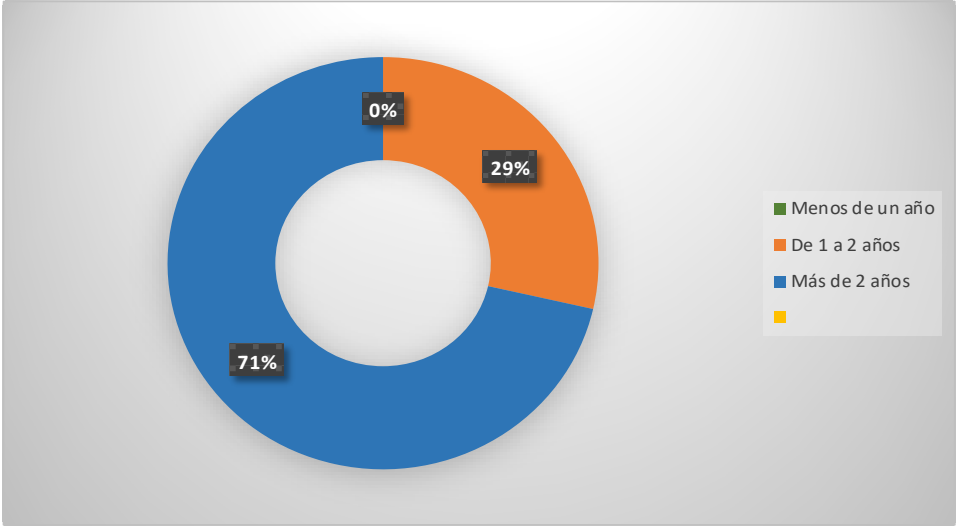
4.1 Análisis de la comunicación interna

En la encuesta se abordó a todos los colaboradores de cada departamento, en la encuesta se buscó determinar cómo se daba la comunicación vertical, horizontal ascendente y diagonal, además del flujo de la comunicación en sus diferentes niveles, así como el tono en el cual se transmite la información y los canales adecuados para su correcta comprensión. También se identificó la identidad corporativa que posee la institución

A continuación, se detallan los principales hallazgos en cada área abordada.

Encuesta

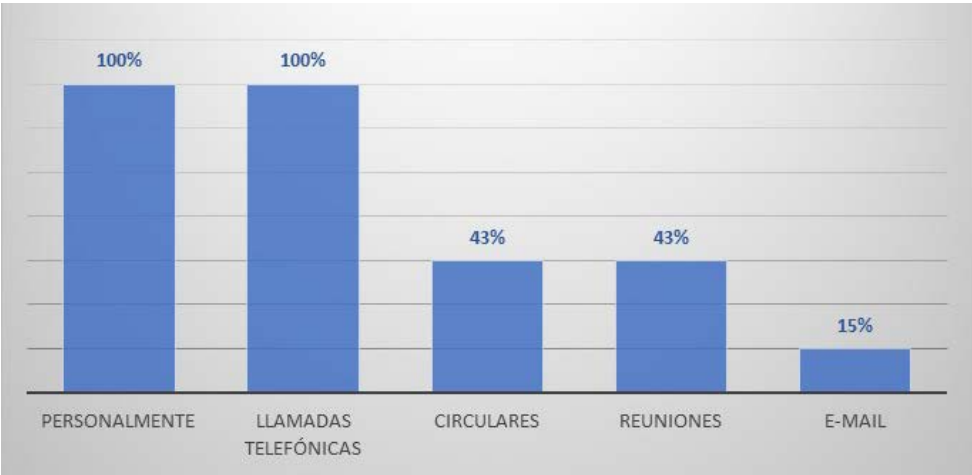
Gráfica 1: ¿Cuál es su antigüedad en la institución?



Fuente: Elaboración propia.

Esta primera pregunta fue filtro para determinar con mayor certeza y las tendencias comunicacionales por antigüedad en la institución.

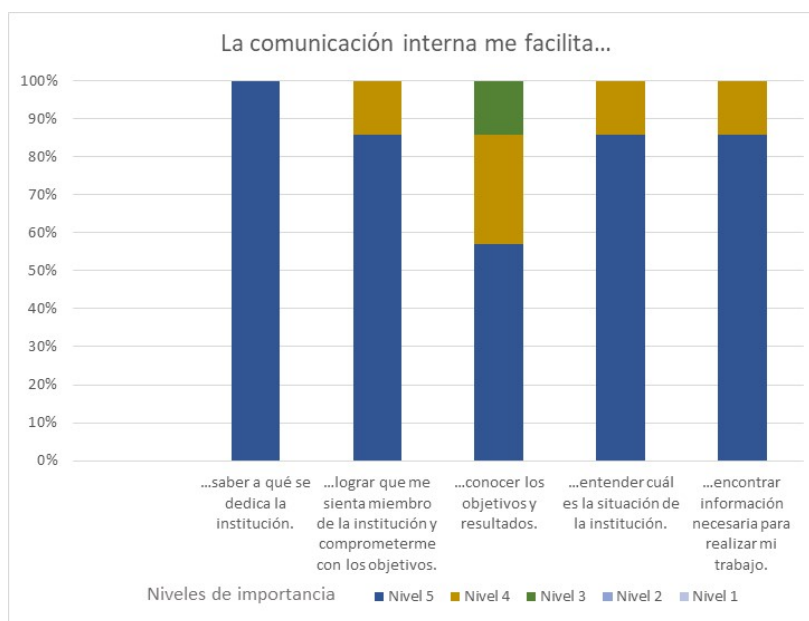
Gráfica 2: ¿De qué forma se da la comunicación interna de la institución?



Fuente: Elaboración propia.

Con esta pregunta se buscó determinar los canales usados dentro de la institución, para lo cual el 100% de los entrevistados respondieron que la comunicación se da personalmente y por llamadas telefónicas, en un porcentaje mejor se da con circulares al igual que las reuniones y un 15% se da por correo electrónico.

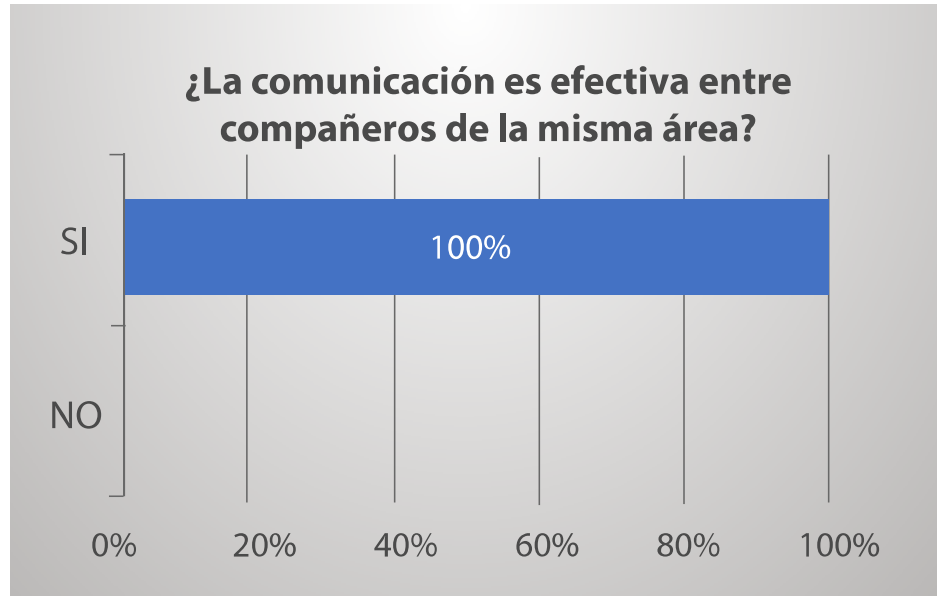
Gráfica 3: Importancia de la comunicación interna.



Fuente: Elaboración propia.

Con estas afirmaciones se midió el nivel de conocimiento que los colaboradores tienen de la institución. En la primera afirmación, el 100% está informada de la labor que se realiza. En la segunda afirmación un 86% está consciente que la información recibida los hace estar identificados y comprometidos con la entidad. La tercera afirmación indica que un 56% conoce los objetivos de la institución y sus resultados. En la cuarta afirmación el 86% indica que entienden la situación actual de la institución y en la quinta afirmación el 86% indica que la comunicación interna los ayuda a entender sus funciones y por ende realizar su trabajo de una mejor forma.

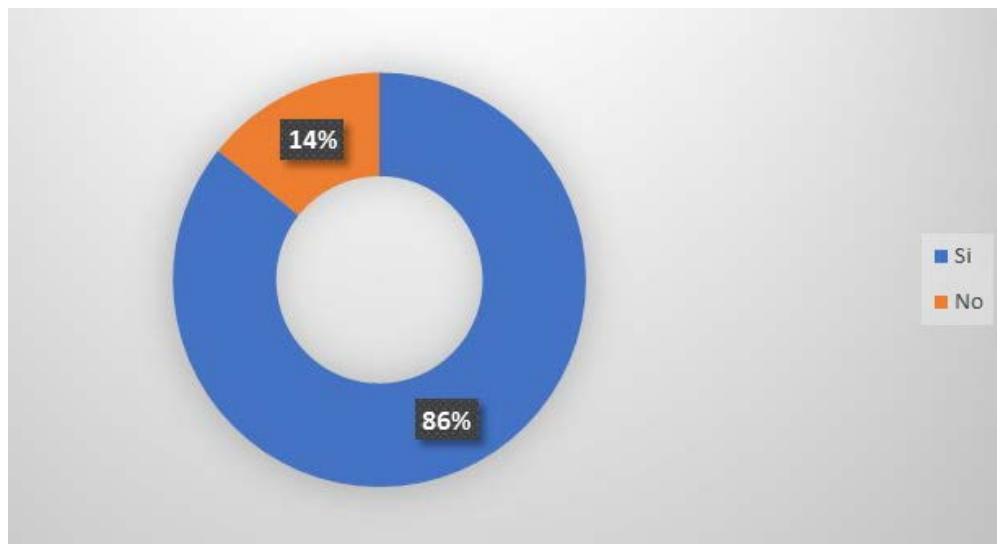
Gráfica 4: Comunicación horizontal.



Fuente: Elaboración propia.

De esta manera se pudo detectar que la comunicación horizontal funciona de buena manera, ya que todos los colaboradores se comunican de forma efectiva, por lo cual es una fortaleza para la institución.

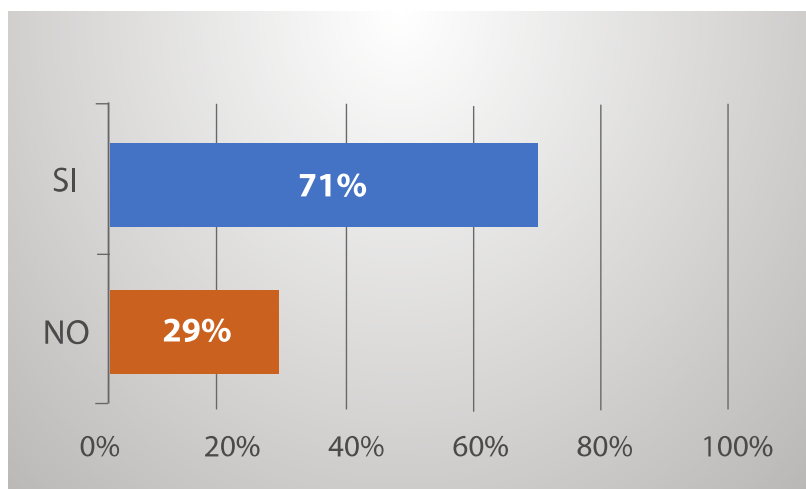
Gráfica 5: ¿La comunicación es efectiva entre compañeros de otras áreas?



Fuente: Elaboración propia.

Un porcentaje mínimo afirma que la comunicación no es tan efectiva entre compañeros de otras áreas, pero el 86% afirma que sí se da una buena comunicación, lo cual reafirma la fortaleza interna.

Gráfica 6: ¿Fluye adecuadamente la información?



Fuente: Elaboración propia.

Debido a la buena comunicación horizontal se puede determinar que la mayoría de la información fluye de manera correcta, solo en un porcentaje menor afirma que no.

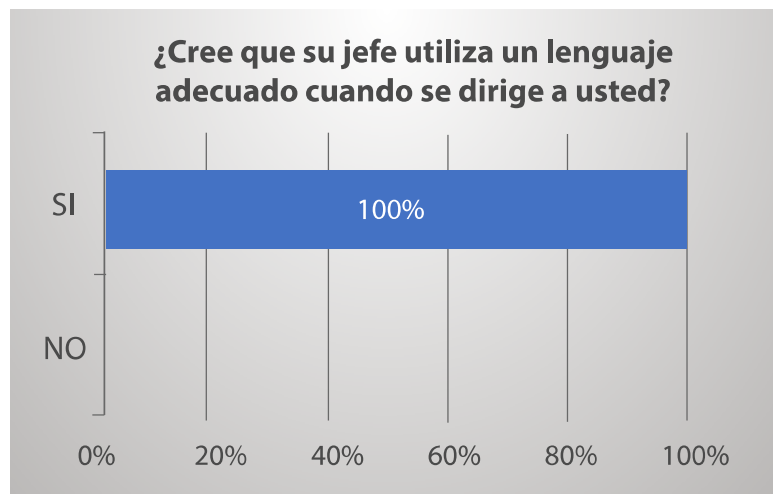
Gráfica 7: Comunicación vertical.



Fuente: Elaboración propia.

Se puede determinar que la comunicación ascendente fluye de manera adecuada, lo cual nos da un buen indicador.

Gráfica 8: Lenguaje adecuado.



Fuente: Elaboración propia.

El hecho de que el 100% afirma que el lenguaje es el adecuado quiere decir que se están utilizando los códigos de comunicación correctamente para que la información sea comprensible e interpretable.

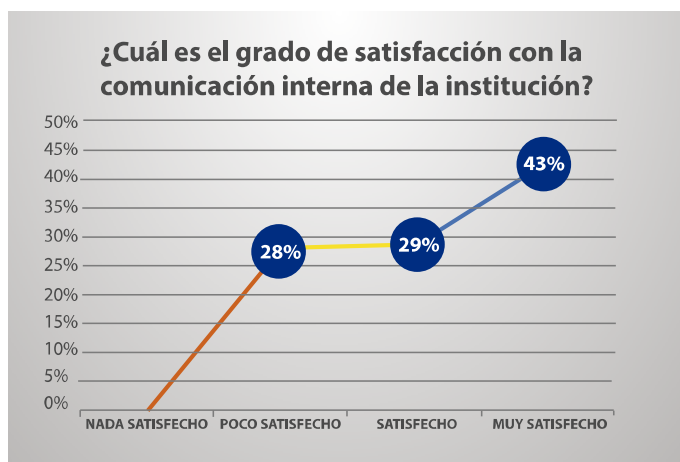
Gráfica 9: Comunicación diagonal.



Fuente: Elaboración propia.

La buena disposición que tienen los jefes y tener una comunicación diagonal ya que el 100% indican que si existe. Esto permite que información fluya en gran medida, logrando de esta manera que los colaboradores realicen una buena labor.

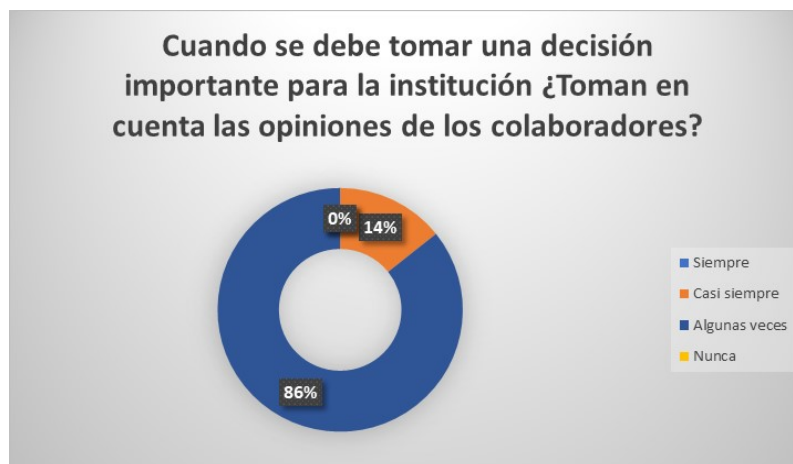
Gráfica 10: Satisfacción de la comunicación interna.



Fuente: Elaboración propia.

A pesar de que los flujos de comunicación se llevan a de buena manera, esto no garantiza que se esté satisfecho, el 43% indica estar muy satisfecho, pero no es la mayoría, por lo que establece que se debe mejorar la calidad de la información.

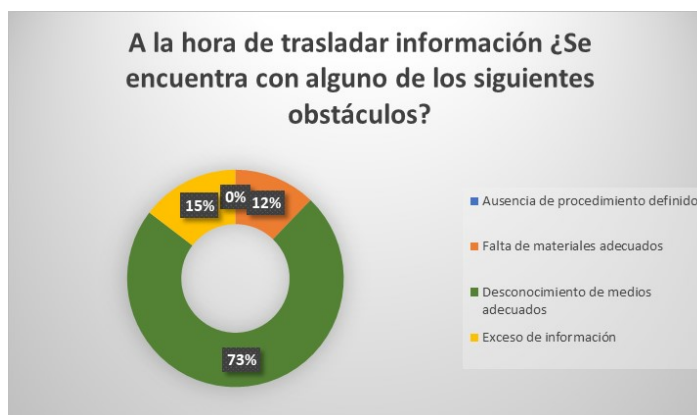
Gráfica 11: Opinión para la toma de decisiones.



Fuente: Elaboración propia.

El 86% indica que algunas veces se les toma en cuenta en la toma de decisiones por un porcentaje mínimo que es el 14 indica que casi siempre, por lo que se puede determinar que las decisiones importantes las toman los altos mandos.

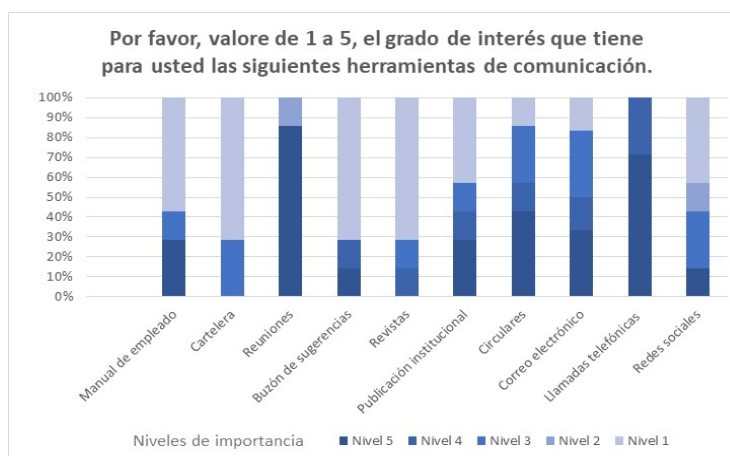
Gráfica 12: Obstáculos en la comunicación.



Fuente: Elaboración propia.

A pesar de tener un buen flujo de información, hay detalles que impiden que estos cumplan al 100%, un 73% aún desconoce el medio adecuado para trasladar información, esto debido a que no existe un manual de procedimientos y esto puede hacer que la información no llegue a tiempo o no llegue ordenado.

Gráfica 13: Evaluación de herramientas comunicacionales



Fuente: Elaboración propia.

Las herramientas principales de comunicación de interés por los colaboradores siguen siendo las reuniones, seguidas por las llamadas telefónicas, seguido de las circulares y en un porcentaje menor los correos electrónicos, por lo que se considera que las herramientas utilizadas hasta hoy día son las más idóneas para la transmisión de información.

Reuniones

Mediante la observación se detectaron los métodos y las herramientas utilizadas para el traslado de información y solo confirma que las más usadas son las adecuadas para mantener informado a los actores internos.

En cuanto a las reuniones, se pudo determinar que los colaboradores poseen un buen clima organizacional, enfatizan y fomentan mucho el trabajo en equipo y apoyo mutuo. La organización y coordinación entre departamentos es indispensable para crear un excelente clima laboral por lo que los colaboradores diariamente dan lo mejor de si para cumplir con su labor, la identificación con la institución es notoria

Entre los elemento negativos y muy poco frecuentes son los chismes que se generan, además de la falta de iniciativa de parte de algunas personas. Otro factor que genera descontento es el tema de los salarios, se sabe que un colaborador contento y bien remunerado rinde mucho más, pero la falta de empleo en el lugar conlleva a aceptar lo que la institución puede ofrecer, teniendo en consideración que la labor que realizan es en beneficio para la comunidad y su lugar de trabajo está cerca de su hogar.

Cabe destacar que, a pesar de los elementos negativos, estos no son motivos suficientes para no sentirse satisfechos de la labor que realizan ya que todos en ADECSA tienen clara la misión y visión de la institución, lograr que las familias mejoren sus condiciones de vida.

En la entrevista realizada a la gerencia se pudo establecer que los colaboradores poseen el conocimiento y la información necesaria tanto para la realización de sus labores, como el representar a la institución cuando así lo sea requerido.

A pesar que los colaboradores no reciben una inducción inicial al ser contratados, la experiencia que adquieren con el paso del tiempo y las reuniones que se realizan 2 veces por semana dónde se abordan diversos temas, siempre en la búsqueda de crear un excelente clima laboral entre los mismos compañeros.

Las convivencias entre los compañeros es una estrategia de comunicación donde cada uno expresa su sentir, disminuyendo en gran medida los rumores que dentro de ella se puedan generar.

En la entrevista también se pudo constatar que se tanto las reuniones y las llamadas telefónicas son las herramientas más utilizadas para transmitir información y mantenerse en comunicación. Por otro lado, también se pudo verificar que no se cuenta con un manual de proceso y de funciones que ayude en las labores de cada uno y cabe resaltar que son documentos vitales que debe poseer cada institución.

En la entrevista dirigida hacia la junta directa se pudo confirmar que se tiene claro la importancia que tiene la comunicación organizacional para el cumplimiento de las metas y el logro de objetivos. Se logra practicar la misión y visión por parte de los colaboradores.

Por lo tanto, estos datos vienen a fortalecer los ya obtenidos y confirmar que se posee buenos canales de comunicación y herramientas efectivas, los colaboradores están informados y anuentes a desempeñar bien su labor.

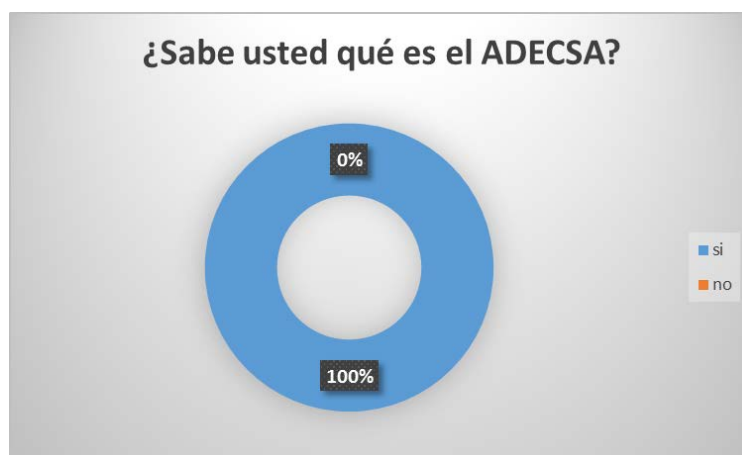
4.2 Análisis de Comunicación Externa

Para el diagnóstico se encuestó a 204 personas de los sectores 2, 3 y 4 de la aldea, donde se cuenta con mayor número de socios y usuarios de los servicios que presta ADECSA. Además de las demás técnicas como reuniones las personas internas de la institución, así como también la observación y revisión de documentos obtenidos por la organización.

4.1 Usuarios

A continuación, se presenta los resultados de la encuesta realizada y graficada de cómo perciben las personas a la asociación, ya que son ellos los involucrados directos para el logro de las metas que se propone la institución, los socios son los que proporcionan la mano de obra en la ejecución de proyectos y por lo tanto es importante conocer la percepción de la razón de ser la asociación.

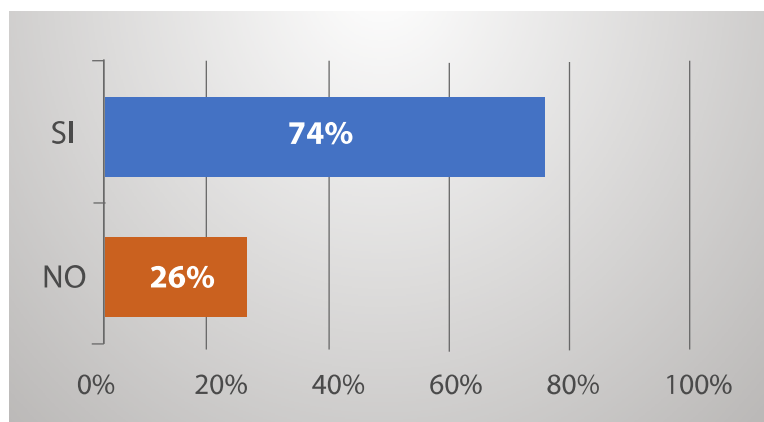
Gráfica 14: Reconocimiento de la institución.



Fuente: Elaboración propia.

Como primer filtro se tuvo a bien encuestar a todas las personas que si conocen de la institución, por lo que se pudo recabar información confiable.

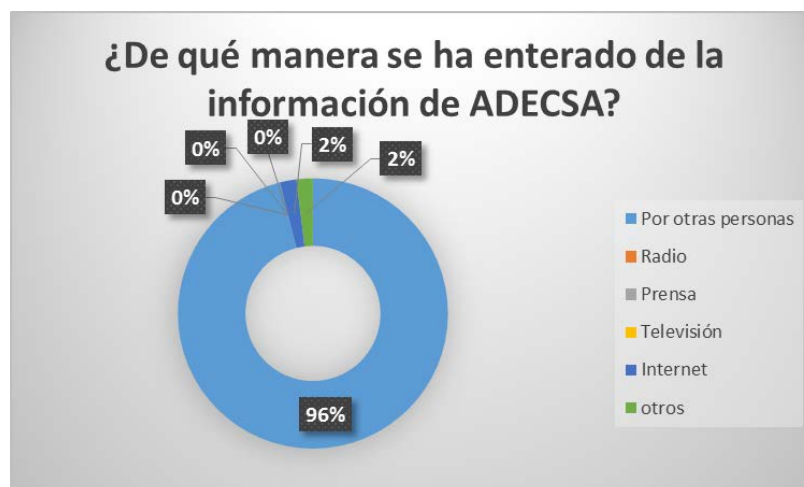
Gráfica 15: ¿Conoce qué significan las siglas ADECSA?



Fuente: Elaboración propia.

La mayoría de los encuestados conoce el significado de sus siglas, por lo que se puede determinar que está posicionada la institución y se sabe a qué se dedica.

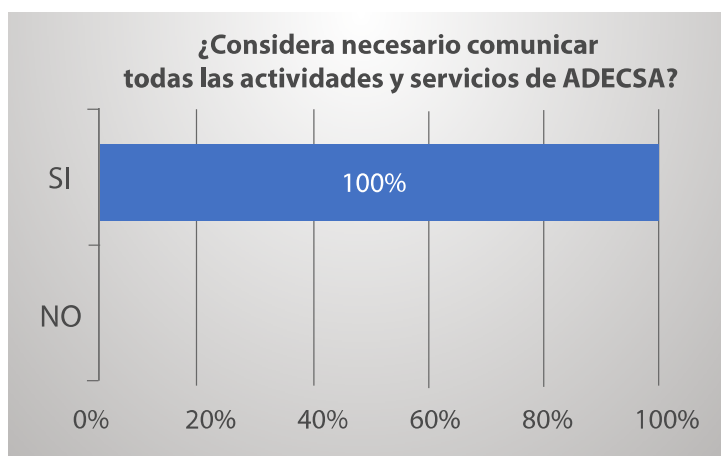
Gráfica 16: Medios de comunicación por la que se informa.



Fuente: Elaboración propia.

Casi la totalidad de los encuestados se enteran por otras personas de las actividades y proyectos que ADECSA realiza, por lo que desde ya se puede afirmar que se necesita fortalecer la comunicación externa y este sea de fuente primaria, es decir directamente de la asociación.

Gráfica 17: Importancia de comunicar.



Fuente: Elaboración propia.

Es evidente que las personas esperan recibir información de todo lo concerniente a la institución y la labor que realizan.

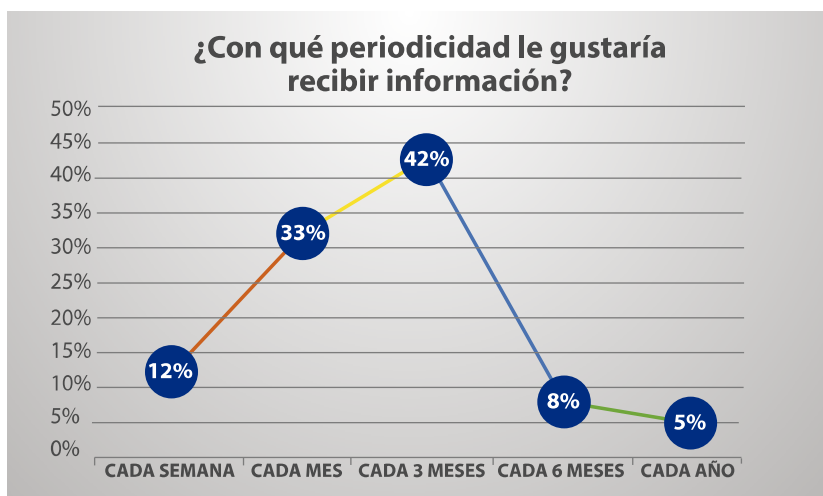
Gráfica 18: Canales de comunicación.



Fuente: Elaboración propia.

Los medios demandados para el traslado de información son actividades especiales que la asociación pueda realizar para llamar la atención, seguido por internet a través de redes sociales y otros como trifoliales o afiches.

Gráfica 19: Periodicidad para informar.



Fuente: Elaboración propia.

Teniendo en cuenta la necesidad de informar, los encuestados opinan que cada tres meses es un buen tiempo para recibir información de la institución, otro grupo significativo considera que mensualmente la institución debe de trasladar información.

La institución únicamente realiza una asamblea general anual, donde se presenta una memoria de labores y se expone la situación actual de la asociación, aunado a ello se presentan los avances obtenidos de los proyectos y la planificación de los nuevos proyectos a futuro.

La gerencia de ADECSA está consciente de la deficiencia comunicacional externa que se tiene, aunque se tengan propuestas adecuadas para solventar esa insuficiencia las decisiones las toma la junta directiva.

4.2.2 Instituciones

Debido a la naturaleza de la institución son varios actores y de diferentes ramas quienes intervienen e interactúan con la asociación. Seguidamente se aborda a cada uno por su nivel de importancia y el número de veces que se relacionan mensualmente.

Municipalidad de San Juan Sacatepéquez

A lo largo de su creación ADECSA ha trabajado de la mano con la municipalidad impulsando el desarrollo en la aldea Sajcavillá, son muchos proyectos que se han logrado culminar, gracias a la buena gestión de parte de la institución, por tal razón se sigue teniendo el apoyo de gobierno municipal.

Para el año 2018 se logró entrar en el listado de proyectos que pretende la comuna financiar, por tal razón se tienen reuniones 2 veces por mes donde se logran afinar los planes para ser puesta en marcha. Se pretende por lo menos construir una planta de tratamiento que beneficiará a más de 100 familias.

Otras municipalidades de la región

Por la colindancia que tiene la aldea con otros municipios se gestionan proyectos que benefician tanto a la aldea como a vecinos aledaños, por tal razón por medio del Consejo Departamental de Desarrollo Guatemala se tienen reuniones mensuales en las cuales son aprovechadas por la Municipalidad de San Raymundo, con quien se está entablando conversaciones para asfaltar la carretera de aproximadamente 8 kilómetros que une a la aldea con el municipio.

Por otro lado, la Municipalidad de San Pedro Sacatepéquez también tiene relación con la aldea por la colindancia y los límites territoriales donde se gestiona proyectos para la pavimentación de callejones, ya que el sector 1 de la aldea y el Caserío Cruz de Piedra comparten dichos callejones.

Direcciones de Educación

Se tiene relación constante con las dos escuelas con las que cuenta la aldea, de igual manera con el funcionamiento de un instituto por cooperativa, ADECSA también gestiona juntamente con la comisión de educación remodelaciones y ampliaciones de las instalaciones que alberga a todos los estudiantes.

INFOM

Se tienen reuniones cada tres meses con esta institución, debido a que los proyectos son grandes y costosos por lo que ni la municipalidad ni otras instituciones con las que se tiene relación poseen el capital suficiente para financiar dichos planes, por lo que se tiene que recurrir a diferentes organizaciones para lograr las metas.

Por la exigencia de y las necesidades que aquejan a todos los rincones del país, el INFOM debe de distribuir muy bien sus recursos para optimizarlos y cumplir con la demanda.

Personeros del ministerio de salud

Cumpliendo con la labor social, se tiene acercamientos con el sector salud para cubrir de mejor manera las necesidades de los vecinos, supervisando y gestionando para que se logre abarcar a la mayor población posible y sean entendidos de con un trato digno.

Fundaciones de desarrollo

Fundación F. Novella es una de las instituciones que ha aportado para la ejecución de proyectos, se tienen acercamientos dos o tres veces al año presentando proyectos nuevos o bien, dándole seguimiento a otros inconclusos que necesitan más apoyo.

Algunos ministerios

MAGA

Año con año se gestionan los fertilizantes que se les proporciona a los agricultores para mejorar sus cultivos, logrando de esta manera mejores cosechas o por consecuente mayores ganancias sobre los productos plantados. Esto se traduce en mejor calidad de vida.

MARN

Con ellos se gestiona toda la parte de autorización de proyectos, estudios de impacto ambiental entre otras obligaciones contraídas por ADECSA con el fin único de manejar adecuadamente los recursos naturales de la localidad.

Cultura y Deportes

Con la intención de promover y apoyar a la educación y el deporte, se gestionan implementos como pelotas, uniformes, zapatos e implementos para los niños de las escuelas. Además de gestionar una cancha polideportiva para la práctica del deporte en la localidad.

Empresas privadas

Como parte de sus proyectos de responsabilidad empresarial, se gestionan aportes para los diferentes sectores como salud, educación, cultura y deportes que contribuyan al bienestar de la población de Sajcavillá.

Bancos del Sistema y cooperativas

Con ellos se maneja únicamente las cuentas que contiene los fondos de todas las operaciones que realiza la institución.

4.2.3 Análisis de la identidad corporativa

Signo lingüístico lo conforma el isologo, a pesar de tener texto, este únicamente no podría funcionar sin lo demás elementos que la conforma que son cuatro personas haciendo un pacto de trabajo y apoyo.

Figura 4: Isologo de la institución.



Fuente: ADECSA

Los signos cromáticos lo representan los colores, el azul que significa agua y el verde que es la naturaleza, lo complementa el negro para darle un toque de seriedad y formalidad.

4.2.4 Análisis de la imagen corporativa

La cultura corporativa que se maneja dentro de la institución es el apoyo y ayuda mutua, se busca siempre la convivencia para reflejar una buena imagen hacia los públicos externos, las creencias que se manejan es la mejora de las familias. También se cuenta con valores que permitiente actuar de manera correcta basado en las creencias de cada persona.

4.2.5 Comunicación en crisis

Para el manejo de crisis no se cuenta ni con plan ni con metodologías ni con guías que apoyen a la institución en momentos difíciles, en los pocos momentos de crisis se improvisan acciones para contrarrestar los problemas.

4.2.6 FODA

Tabla 1: FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Personal con experiencia. • Disposición de los colaboradores. • Buena comunicación interna. • Se cuenta con Identidad corporativa. • Clima laboral aceptable. • Búsqueda de la mejora continua. • Credibilidad y confianza. • Servicios de calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Colaboradores mal remunerados. • Las personas únicamente la asocian con la distribución del agua y el mantenimiento de drenajes. • Involucramiento mínimo de la junta directiva en la misión y visión. • Ausencia de Gestión de comunicación. • No poseer un manual de procesos. • Falta de manual de funciones. • Sin estrategias de comunicación en crisis. • No contar con un plan de comunicación externo para el público externo. • Poco presupuesto asignado para los planes de comunicación.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Conocedores de los recursos naturales de la región. • Ser modelo de un buen gestor de proyectos. • Generar interés en instituciones que apoyan el desarrollo. • Crecimiento en proyectos productivos. • Actitud de servicio. • Poder de convocatoria 	<ul style="list-style-type: none"> • Existe cierto grado de competitividad en la distribución de servicios de agua. • Cambios climáticos. • Perdidas de recursos naturales. • Demanda irregular. • Robo de agua por personas sin derecho. • Contaminación del agua. • Efectos políticos

Fuente: Elaboración Propia

4.2.7 Análisis y pronóstico de la situación

Tabla 2: Matriz de Análisis

MATRIZ FODA CRUZADA	Oportunidades	Amenazas
	<ul style="list-style-type: none"> • Conocedores de los recursos naturales de la región. • Ser modelo de un buen gestor de proyectos. • Generar interés en instituciones que apoyan el desarrollo. • Crecimiento en proyectos productivos. • Actitud de servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Existe cierto grado de competitividad en la distribución de servicios de agua. • Cambios climáticos. • Perdidas de recursos naturales. • Demanda irregular. • Robo de agua por personas sin derecho. • Contaminación del agua.
<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personal con experiencia. • Disposición de los colaboradores. • Buena comunicación interna. • Se cuenta con Identidad corporativa. • Clima laboral aceptable. • Búsqueda de la mejora continua. • Credibilidad y confianza • Servicios de calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se deben realizar diversos materiales impresos y audiovisuales que permitan dar a conocer los logros que se tienen con la buena gestión y la buena disposición de todos los actores internos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación constante a todos los actores internos en los diferentes temas que abarca la institución y abordar de mejor manera las dificultades que pueda surgir.
<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Colaboradores mal remunerados. • Las personas únicamente la asocian con la distribución del agua y el mantenimiento de drenajes. • Involucramiento mínimo de la junta directiva en la misión y visión. • Ausencia de Gestión de comunicación. • No poseer un manual de procesos. • Falta de manual de funciones. • Sin estrategias de comunicación en crisis. • No contar con un plan de comunicación externo para el público externo. • Poco presupuesto asignado para los planes de comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar el departamento de comunicación social con el fin de apoyar a la institución creando y fortaleciendo la imagen institucional, logrando con ello mayor credibilidad • Elaborar planes de comunicación estratégicos que ayuden en las gestiones de proyectos y estas puedan lograrse. 	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un manual de proceso con los cuales los colaboradores sepan que hacer en casos que puedan afectar a la institución y su funcionamiento. • Crear un manual de funciones que establezcan los roles de cada colaborador. • Implementar un manual de manejo de crisis que de los parámetros para poder controlar cada suceso que pueda aquejar a la institución.

Fuente: Elaboración Propia

4.2.8 Factores influyentes directos e indirectos

Directos

Restar importancia al departamento de comunicación, el encargado de dicho departamento es responsable de generar todo tipo de información eficaz que sea transmitido en todos los niveles para el correcto funcionamiento de la misma. A partir de las estrategias que desarrolle este departamento se logrará un mayor desempeño, tanto a lo interno como a lo externo.

A nivel interno se crea un ambiente de compromiso y sentido de pertenencia y rendimiento, los colaboradores lograrían una conexión entre valores y cultura organizacional.

A nivel externo se comunica de forma clara a todas las personas asociadas a la institución, así como a los actores externos con quienes se ve involucrada ADECSA, aportando credibilidad y positivismo.

La falta de importancia que le da la junta directiva al tema de comunicación no permite que esta desarrolle estrategias para llegar a la población e informarle del trabajo que realiza la asociación y a cuantos se están beneficiando.

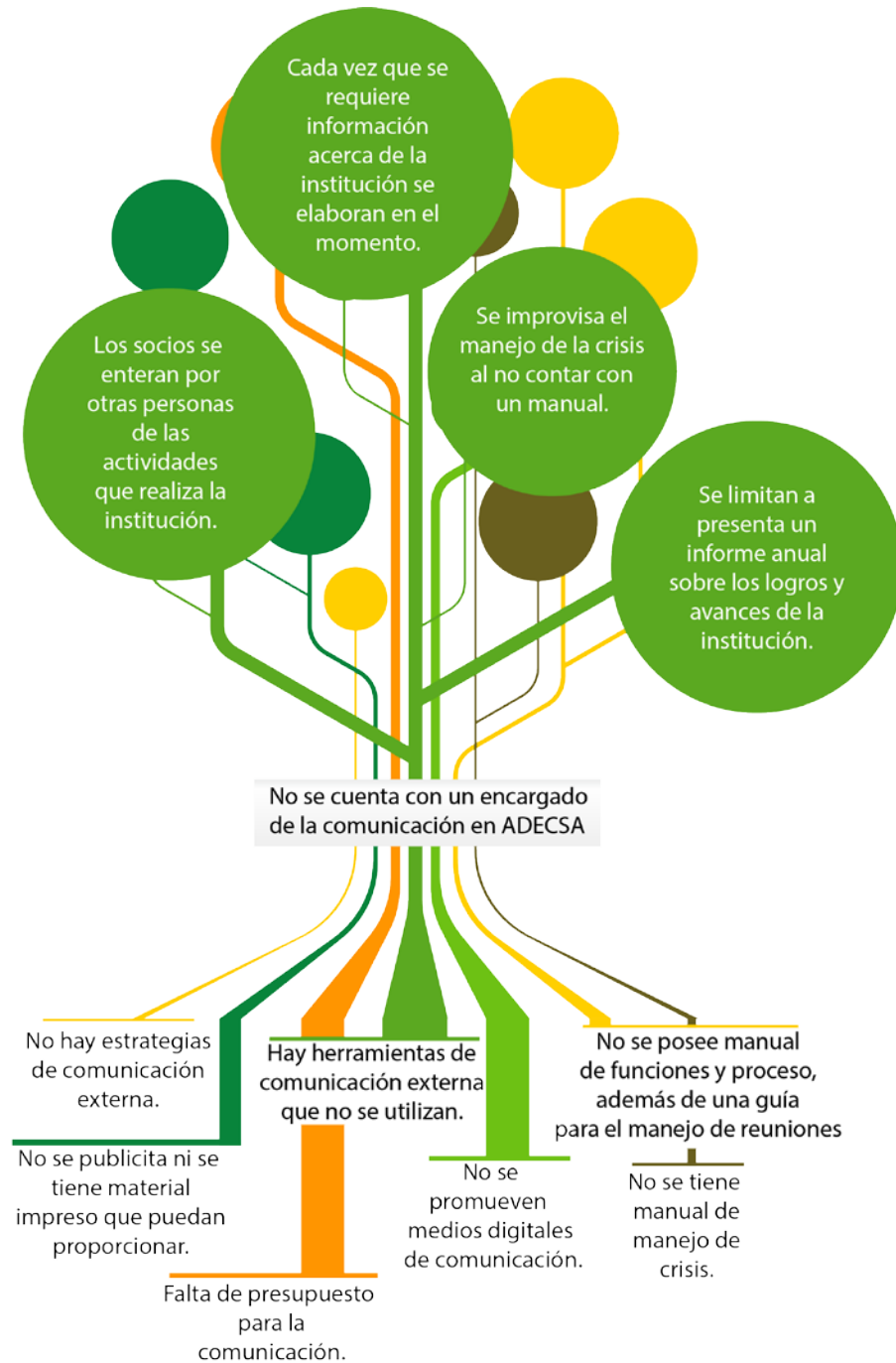
Financiamiento insuficiente para la labor de comunicación, actualmente no se posee un rubor específico para la labor de promoción y divulgación de los proyectos logrados, avanzados y en planificación. Para que ADECSA tenga credibilidad y apoyo es necesario invertir para contar con un equipo multidisciplinario que atienda las labores de información.

Indirectos

Se gestionan proyectos con diversas municipalidades y es en casos de rotación de autoridades donde los avances se pierden y se debe volver a gestionar, en muchos casos desde el principio y replanteando ciertos parámetros para ajustarse a los presupuestos destinados para proyectos.

Árbol de problemas

Tabla 3: Árbol de problemas.



Fuente: Elaboración Propia

El objetivo primordial de ADECSA es la gestión de proyectos productivos para las familias que conviven en la aldea, por lo tanto, su papel es sumamente importante y relevante para el logro de los planes establecidos. Por ello es indispensable que, para mantener su credibilidad y confianza es necesario que exista una persona que gestione y administre toda la información y que sea trasladado a los diferentes actores, tanto internos como externos para el cumplimiento de su misión y su visión. Además, se debe contar con materiales y herramientas que apoyen la labor y divulgación del mismo, lo cual es sumamente necesario para lograr apoyos de empresas, instituciones y organizaciones interesadas en llevar desarrollo a las comunidades.

4.3 Determinación de prioridades comunicacionales

Está claro que priorizar herramientas de comunicación es la clave para fortalecer a la institución, ADECSA cuenta con una buena comunicación interna y un clima laboral aceptable, mas no así se debe descuidar, pero su principal problema lo representa la comunicación externa por tal razón se considera las siguientes prioridades.

1. Dar a conocer la labor que realiza ADECSA, además de su misión y su visión, ya que las personas desconocen de su función y únicamente a asocian a la distribución de agua potable.
2. Formular estrategias de comunicación tanto interna como externa para tener identidad y crear una buena imagen corporativa.
3. Elaborar manuales de procedimientos y funciones que ayuden en gran medida a la labor de cada departamento y desempeñar mejor su cargo.
4. Crear un manual de manejo de crisis que venga contrarrestar los problemas que se puedan suscitar y que dañen la imagen de la institución.
5. Contar con un gestor de comunicación que se encargue del manejo y traslado de la información a todos los sectores donde es requerido.

4.4 Propuesta de soluciones

Identificando los problemas y priorizando los mismos se establecen posibles soluciones consideradas viables para poder mermar en un corto periodo las necesidades comunicacionales.

1. Crear manuales de procedimientos, funciones, además de una guía para el manejo de las reuniones y un manual de manejo de crisis.
2. Elaborar un *brochure* con información básica como la misión y visión de ADECSA, además de un resumen de todos los proyectos obtenidos incluyendo información acerca de los nuevos proyectos que se pretenden.
3. Elaborar materiales audiovisuales que apoyen la labor de gestión de proyectos.
4. Implementar una carpeta informativa para entregar a las empresas, instituciones y organizaciones con quienes se relaciona ADECSA.
5. Reestructurar la página de Facebook e implementar otras redes sociales que apoyen la labor de divulgación sobre los logros obtenidos.
6. Elaboración trimestral de un bifoliar de información relacionada a la labor de la institución, al uso adecuado del agua, drenajes, proyectos de capacitación u otra información que se quiera trasladar a la población.
7. Elaborar actividades se promuevan la participación de la población y se posicione la institución.
8. Designar a un personero la labor de comunicador social.

Funciones de la comunicación y su relación con la propuesta de soluciones

Las funciones de la comunicación son elementos que posee la sociedad para que camine de una forma adecuada, para que se llame comunicación necesitamos un emisor, un canal, un receptor y el mensaje.

La función de la comunicación con relación a la propuesta de soluciones se adecua más a la información, ya que lo que se pretende es informar sobre el trabajo que realiza una institución.

Teorías de la comunicación que respalden las soluciones propuestas.

La teoría de la comunicación es la de servicios públicos y en ella Scannell y Cardiff (1991) establecen que “el bien común está sobre el bien individual” (p.10). En tal sentido la institución busca el bien común de todos los vecinos, buscando el beneficio colectivo para el desarrollo de la comunidad donde labora.

Además, White (1996b) en la teoría de la comunicación comunitaria establece que:

“La nueva comunicación es más comunitaria, más organizada alrededor de las subculturas del tiempo libre y de la búsqueda de identidad. El tiempo libre es el tiempo lejos del trabajo, un tiempo que puedo llamar 'mío'. Durante él lo más importante es no 'obedecer órdenes' para aumentar la productividad, sino disfrutar de mi propia identidad y dedicarme a actividades, que revelen y desarrollen mi identidad” (p. 207).

Capítulo 5

5 Plan de trabajo

5.1 Justificación

Realizado el diagnóstico de comunicación de la Asociación de Desarrollo Comunitario Sajcavillá (ADECESA), se ve claramente la necesidad de realizar un plan comunicacional que transmita toda la información que se debe transmitir a todos los actores, tanto internos como externos.

La institución se encuentra en una situación donde necesita promover sus proyectos de labor social buscando el bien común y desarrollo de los habitantes de la aldea en donde opera. Por lo tanto, la comunicación interna como externa es fundamental para el logro y cumplimiento de su misión y visión.

La comunicación interna genera estímulos e incentivos para que los actores internos se identifiquen con la institución creando así una excelente cultura organizacional basado en valores y principios que permitan tener una mayor identidad corporativa.

Por otro la comunicación externa, abarca todo aquello que contribuye a crear una imagen institucional posicionada. Su importancia es trascendental, ya que debe elaborar, gestionar, aplicar y cumplir con todo lo requerido para obtener los resultados esperado.

El plan de comunicación es importante para ADECESA, ya que las estrategias de comunicación van orientadas en primera instancia a los actores internos, ya que son ellos quienes tienen la labor de atender al público externo.

ADECESA podrá socializar de manera eficaz, todas las labores que realiza y los públicos tanto internos como externos podrán tener acceso de mejor manera a la información, por lo cual la institución obtendrá una mejor credibilidad, prestigio, imagen e identidad.

5.2 Objetivos

5.2.1 Objetivo General

- ✓ Fortalecer la comunicación interna para socializar de manera efectiva y eficiente, las labores que realiza la Asociación de Desarrollo Comunitario Sajcavillá (ADECOSA) hacia los públicos externos.

5.2.2 Objetivos específicos

- ✓ Diseñar guías para fortalecer las buenas prácticas de comunicación interna que generen sinergia entre los colaboradores, nivel gerencial y directivos que permita las interrelaciones, mejore el clima laboral, los comportamientos, actitudes y conductas de todos.
- ✓ Elaborar un manual para el manejo de crisis.
- ✓ Estructurar piezas comunicativas, definir mensajes y medios para lograr posicionar la misión y visión.
- ✓ Diseñar un plan de redes sociales que apoye la labor de divulgación y permita la interacción con los públicos objetivos.
- ✓ Crear la Coordinación de Comunicación Organizacional de la institución.

5.3 Público objetivo

Público interno

- Junta directiva
- Consejo de Administración y órgano fiscalizador
- Administrativo
- Colaboradores

Público externo

- Asamblea General
- Municipalidad de San Juan Sacatepéquez, San Pedro Sacatepéquez y San Raymundo.
- Fundaciones e Instituciones (F. Novella, Cooperativas)
- Ministerios de Estado (MAGA, MARN, Salud, Cultura y deportes)
- Organizaciones de desarrollo
- Direcciones de Educación de la Aldea

5.4 Propuesta de soluciones

Tabla 4: Soluciones y funciones de la comunicación interna

No.	Problema	Solución	Función
1	Debilidad en los procedimientos para el manejo de la información.	Elaborar guías de buenas prácticas del manejo de la información.	Referencial. Busca informar y transmitir contenidos con frases claras los oficios de cada colaborador.
2	No contar con un manual para el manejo de crisis.	Crear un manual de comunicación que contrarreste el impacto negativo hacia la institución.	Conativa. Pretende aconsejar al comité de manejo de crisis para que actúen de determinada manera.
3	Insatisfacción en las reuniones de trabajo.	Reuniones en las cuales se dé el espacio para el dialogo y solución de conflictos. Además, reconocer los esfuerzos de los colaboradores en la realización de sus labores.	Emotiva. Promueve la participación de los colaboradores para que expresen sus incomodidades y a la vez sus satisfacciones.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 5: Soluciones y funciones de la comunicación externa

No.	Problema	Solución	Función
1	Falta de materiales que informen sobre la razón de ser de la institución, los proyectos logrados y los avances de nuevos trabajos.	Elaboración de un <i>brochure</i> donde se de toda la información necesaria de lo que realiza la institución	Metalingüística. Se enfoca en el código para que los mensajes sean comprensibles.
2	Insuficiencia de información hacia los vecinos y usuarios de proyectos impulsados por la Institución.	Elaboración de boletines o bifoliar trimestrales sobre diversos temas de interés.	Cognoscitiva. Procura brindar información real y verídica al público objetivo.
3	No contar con una carpeta que contenga información sobre la institución para la gestión de apoyo hacia los nuevos proyectos.	Realizar una carpeta conteniendo información de la institución, un dvd con videos institucionales y una tarjeta de presentación.	Metalingüística. Enfocado en el código de los mensajes. Emotiva. Busca expresar sentimientos en los videos que se proponen.
4	Debilidad en el manejo de las redes sociales.	Reestructurar y crear contenido para la página de Facebook e implementar otras redes sociales que apoyen en la divulgación de la información.	Fática. Se orienta hacia el inicio del contacto emisor-receptor y mantener un acto comunicativo.
5	No contar con un coordinador de comunicación para la labor promoción y divulgación.	Designar a un personero la labor de comunicador social.	Connotativa. Pretende impulsar a un colaborador a realizar actividades que promueva a la institución.

Fuente: Elaboración Propia

5.5 Matriz de Coherencia

Tabla 6: Matriz de Coherencia Comunicación Interna

<p>Objetivo General:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Fortalecer la comunicación interna para socializar de manera efectiva y eficiente, las labores que realiza la Asociación de Desarrollo Comunitario Sajcavillá (ADECESA) hacia los públicos externos. <p>Objetivos Específicos: Comunicación Organizacional Interna</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñar guías para fortalecer las buenas prácticas de comunicación interna que generen sinergia entre los colaboradores, nivel gerencial y directivos que permita las interrelaciones, mejore el clima laboral, los comportamientos, actitudes y conductas de todos. ✓ Elaborar un manual para el manejo de crisis. 						
Problema	Productos	Objetivos de comunicación	Tipo de mensaje	Público objetivo	Medio de difusión	Presupuesto
Debilidad en los procedimientos para el manejo de la información.	Guía de buenas prácticas de comunicación interna.	Orientar el manejo de la información.	Informativo Formativo	Personal que labora en la institución.	Impreso y digital.	Q. 3,000.00
Insatisfacción en las reuniones de trabajo.	Guía para reuniones de trabajo.	Enfocar de mejor manera las reuniones de trabajo y aprovecharlas al máximo.	Informativo Formativo	Personal que labora en la institución	Impreso, digital y presencial	Q. 2,000.00
No contar con un manual para el manejo de crisis.	Manual de comunicación para el manejo de crisis.	Evitar, aminorar y resolver crisis de comunicación ante cualquier eventualidad que pueda surgir y atente contra la imagen institucional.	Informativo Formativo	Gerencia y Junta Directiva.	Impreso y digital.	Q. 5,000.00
					Total	Q. 10,000.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 7: Matriz de Coherencia Comunicación Externa

<p>Objetivo General:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Fortalecer la comunicación interna para socializar de manera efectiva y eficiente, las labores que realiza la Asociación de Desarrollo Comunitario Sajcavillá (ADECESA) hacia los públicos externos. <p>Objetivos Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Estructurar piezas comunicativas, definir mensajes y medios para lograr posicionar la misión y visión. ✓ Diseñar un plan de redes sociales que apoye la labor de divulgación y permita la interacción con los públicos objetivos. ✓ Crear la coordinación de comunicación organizacional de la institución. 						
Problema	Productos	Objetivos de comunicación	Tipo de mensaje	Público objetivo	Medio de difusión	Presupuesto
Falta de materiales que informen sobre la razón de ser de la institución, los proyectos logrados y los avances de nuevos trabajos.	Brochure Institucional	Proyectar a los públicos de interés las la misión y la visión de la institución, así como su función.	Informativo Formativo	Asociados, usuarios y vecinos de la comunidad.	Impreso	Q. 2,000.00
Insuficiencia de información hacia los vecinos y usuarios de proyectos impulsados por la Institución.	Bifoliar trimestral	Informar a los grupos de interés sobre los proyectos y trabajos que realiza la institución, así como de los beneficios que aporta.	Informativo Formativo	Asociados, usuarios y vecinos de la comunidad.	Impreso	Q. 1,000.00
No contar con una carpeta que contenga información sobre la institución para la gestión de apoyo hacia los nuevos proyectos.	Carpeta institucional	Que la institución cuente con insumos para dar a conocer su proyección social, su misión, visión, logros y avances.	Informativo	Municipalidades, Fundaciones e Instituciones, Empresas, Ministerios de Estado, Organizaciones de desarrollo	Impreso	Q.1,000.00
Debilidad en el manejo de las redes sociales.	Material gráfico, audiovisual Y plan de redes sociales	Informar haciendo uso de la tecnología y aprovechar el impacto de las redes sociales.	Informativo	Asociados, usuarios y vecinos de la comunidad.	Digital	Q. 2,000.00
No contar con un coordinador de comunicación para la labor promoción y divulgación.	Propuesta	Proveer a la institución de talento humano para fortalecer la imagen e identidad corporativa, mejorar la comunicación organizacional interna y externa.	Informativo Formativo	Publico interno y externo.		Q. 4000.00
					Total	Q. 10,000.00

Fuente: Elaboración Propia

5.6 Plan de Comunicación

Comunicación organización interna.

Tabla 8: Problema 1 comunicación interna.

Problema 1: Debilidad en los procedimientos para el manejo de la información.	
Objetivo del proyecto: Diseñar guías para fortalecer las buenas prácticas de comunicación interna que generen sinergia entre los colaboradores, nivel gerencial y directivos que permita las interrelaciones, mejore el clima laboral, los comportamientos, actitudes y conductas de todos.	
Audiencia:	Colaboradores de la institución quienes desconocen de los procesos internos del manejo de la información.
Objetivos de Comunicación:	Orientar a los actores internos en cuanto a conceptos, herramientas y técnicas, con el fin de lograr el desarrollo de la comunicación interna para el logro de metas.
Mensajes:	Socializar con los colaboradores y los altos mandos, el desempeño y su relación con la comunicación.
Medios:	Impreso y digital.
Canal:	Reuniones y de persona a persona.
Tiempo:	Indefinido
Costo:	Q. 3,000.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 9: Problema 2 comunicación interna.

Problema 2: Insatisfacción en las reuniones de trabajo.	
Objetivo del proyecto: Diseñar guías para fortalecer las buenas prácticas de comunicación interna que generen sinergia entre los colaboradores, nivel gerencial y directivos que permita las interrelaciones, mejore el clima laboral, los comportamientos, actitudes y conductas de todos.	
Audiencia:	Colaboradores, Administración, Directivos.
Objetivos de Comunicación:	Más reuniones en las cuales se dé el espacio para el dialogo y solución de conflictos. Además, reconocer los esfuerzos de los colaboradores en la realización de sus labores, con ello se pretende cambiar actitudes.
Mensajes:	Participación, compañerismo, cooperación, estimular iniciativas, creatividad y toma de responsabilidades.
Medios:	Verbales
Canal:	De persona a persona.
Tiempo:	Indefinido
Costo:	Q. 2,000.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 10: Problema 3 comunicación interna.

Problema 3: No contar con un manual para el manejo de crisis.	
Objetivo del proyecto: Elaborar un manual para el manejo de crisis.	
Audiencia:	Comité de manejo de crisis.
Objetivos de Comunicación:	Evitar, aminorar y resolver crisis de comunicación ante cualquier eventualidad que pueda surgir y atente contra la imagen institucional. Se busca mejorar habilidades y aumentar conocimientos.
Mensajes:	Prevención, anticipación, efectividad coordinación, metodología y verdad ante cualquier crisis.
Medios:	Impreso y digital.
Canal:	Reuniones
Tiempo:	Indefinido
Costo:	Q. 5,000.00

Fuente: Elaboración Propia

Comunicación organización externa.

Tabla 11: Problema 1 comunicación externa

Problema 1: Falta de materiales que informen sobre la razón de ser de la institución, los proyectos logrados y los avances de nuevos trabajos.	
Objetivo del proyecto: Estructurar piezas comunicativas, definir mensajes y medios para lograr posicionar la misión y visión.	
Audiencia:	Asociados, usuarios y vecinos de la comunidad, quienes desconocen de la institución, aunque hagan uso de los servicios que presta la misma.
Objetivos de Comunicación:	Proyectar a los públicos de interés las la misión y la visión de la institución, así como su función. Aumentar el conocimiento y cambiar el pensamiento que tienen acerca de la institución.
Mensajes:	Trasmitir a las personas que ADECSA no solo es agua y drenajes, también es educación, salud, capacitaciones, proyectos de desarrollo.
Medios:	Impreso y digital.
Canal:	Medios impresos, redes sociales, impresión de viniles adhesivos para vallas.
Tiempo:	3 meses
Costo:	Q. 2,000.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 12: Problema 2 comunicación externa

Problema 2: Insuficiencia de información hacia los vecinos y usuarios de proyectos impulsados por la Institución.	
Objetivo del proyecto: Estructurar piezas comunicativas, definir mensajes y medios para lograr posicionar la misión y visión.	
Audiencia:	Asociados, usuarios y vecinos de la comunidad, quienes desconocen de los proyectos y capacitaciones que ha realizado la institución y a cuantas personas se han beneficiado.
Objetivos de Comunicación:	Informar a los grupos de interés sobre los proyectos y trabajos que realiza la institución, así como de los beneficios que aporta.
Mensajes:	Dar a conocer los aportes de la institución hacia la comunidad y los beneficios que reciben las personas que han creído en la ella.
Medios:	Impreso y digital.
Canal:	Medios impresos, redes sociales, impresión de viniles adhesivos para vallas.
Tiempo:	3 meses
Costo:	Q. 1,000.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 13: Problema 3 comunicación externa

Problema 3: No contar con una carpeta que contenga información sobre la institución para la gestión de apoyo hacia los nuevos proyectos.	
Objetivo del proyecto: Estructurar piezas comunicativas, definir mensajes y medios para lograr posicionar la misión y visión.	
Audiencia:	Municipalidades, Fundaciones e Instituciones, Empresas, Ministerios de Estado, Organizaciones de desarrollo, quienes pueden estar involucrados, aportando en beneficio de la población que atiende la institución.
Objetivos de Comunicación:	Que la institución cuente con insumos para dar a conocer su proyección social, su misión, visión, logros y avances.
Mensajes:	El desarrollo de la comunidad es la razón de ser de la institución, por lo cual resaltar sus logros, su misión y su visión son el eje fundamental para ganar credibilidad en los posibles cooperantes.
Medios:	Impreso y digital.
Canal:	Medios impresos, digitales y redes sociales.
Tiempo:	3 meses
Costo:	Q. 1,000.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 14: Problema 4 comunicación externa

Problema 4: Debilidad en el manejo de las redes sociales.	
Objetivo del proyecto: Diseñar un plan de redes sociales que apoye la labor de divulgación y permita la interacción con los públicos objetivos.	
Audiencia:	Con la innovación tecnológica las personas acuden a las redes sociales informarse y gran parte de la población está haciendo uso de ellos.
Objetivos de Comunicación:	Informar haciendo uso de la tecnología y aprovechar el impacto de las redes sociales.
Mensajes:	Dar a conocer información de interés para la población, de toda la labor que realiza la institución en beneficio de la comunidad.
Medios:	Digital
Canal:	Redes sociales.
Tiempo:	3 meses
Costo:	Q. 2,000.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 15: Problema 5 comunicación externa

Problema 5: No contar con un Coordinador de Comunicación para la labor de promoción y divulgación.	
Objetivo del proyecto: Crear la Coordinación de Comunicación Organizacional de la institución.	
Audiencia:	Público interno y externo que necesitan mantenerse informado o que quieran conocer sobre la institución.
Objetivos de Comunicación:	Proveer a la institución de talento humano para fortalecer la imagen e identidad corporativa, mejorar la comunicación organizacional interna y externa.
Mensajes:	Todo lo concerniente a la razón de ser de la institución y de beneficio para los públicos objetivos.
Medios:	Todo tipo de medios.
Canal:	Todo tipo de canales.
Tiempo:	Indefinido
Costo:	Q. 0.00

Fuente: Elaboración Propia

5.7 Validación de la propuesta de solución

La validación es un proceso que aún se está realizando juntamente con el Gerente General de ADECSA.

5.8 Implementación

La implementación de el plan se llevará a cabo a partir de la aprobación de la Junta Directiva, para lo cual se hará la presentación del diagnóstico y de la estrategia comunicacional contemplada en el plan, acompañados de las propuestas y acciones.

Seguido de ello, se procederá a comunicar a los colaboradores las estrategias a implementar para la mejora continua y desarrollar una buena comunicación tanto interna como externa, por tal razón se llevarán a cabo reuniones para presentar cada una de las estrategias.

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

Tabla 16: Cronograma de actividades de la propuesta.

Actividad	Octubre / Semana					Noviembre /semanas				
	2 al 6	9 al 13	16 al 20	23 al 27	30 al 31	2 al 3	6 al 10	13 al 17	20 al 24	27 al 30
Presentación de estrategia										
Elaboración de Guías										
Elaboración de manual de manejo de crisis										
Elaboración de manual de identidad corporativa										
Desarrollo de diseños										
Desarrollo de materiales audiovisuales										
Validación de Guías										
Validación de diseños										
Validación de materiales audiovisuales										
Impresiones de Guías										
Impresión de diseños										
Entrega de materiales										

Fuente: Elaboración Propia

5.10 Plan de monitoreo y evaluación

Para llevar a cabo una buena evaluación y monitoreo de las propuestas desarrolladas, es necesario designar a un responsable. Por tal razón se ve la necesidad de crear la unidad de coordinación de comunicación.

Una evaluación y monitoreo trata de conseguir resultados positivos, por lo cual se lograrán con los siguientes indicadores:

Tabla 17: Monitoreo del plan.

Producto	Indicadores Cuantitativos	Indicadores Cualitativos	Medios de Verificación
Guía de buenas prácticas de comunicación interna.	El total de colaboradores y Administración y Junta Directiva utilizando la guía.	Mejor conocimiento y mayor rendimiento en las labores diarias.	Cantidades entregadas y firmadas de recibido
Guía para reuniones de trabajo.	Cantidad de participantes.	Cambios de actitud y mejor clima laboral	Listado de asistentes.
Manual de comunicación para el manejo de crisis	Los colaboradores, Administración y Junta Directiva estar enterado de quienes conforman el Comité de Manejo de Crisis.	Capacidad de respuesta ante cualquier contingencia que se pudiera suscitar.	Cantidades entregadas y firmadas de recibido.
Brochure Institucional	Cantidades disponibles	Mejor percepción de lo que es la institución.	Cantidades entregadas.
Bifoliar	Cantidades disponibles	Mayor interés en las actividades que realiza la institución.	Cantidades entregadas.
Carpeta institucional	Cantidades disponibles	Posicionamiento de la institución.	Actividades asistidas y entregadas a instituciones y empresas.
Material gráfico, audiovisual y plan de redes sociales	Cantidades disponibles en medio digital, en disco dvd y cantidad de seguidores en redes sociales.	Interacción en redes sociales.	Cantidades entregadas en dvd y en sitios web, cantidad de reproducciones y seguidores en redes sociales.

Fuente: Elaboración Propia

5.11 Visión del Futuro

Para la Asociación de Desarrollo Comunitario Sajcavillá, los resultados que tendrá a un plazo corto serán el incremento en la eficiencia de la comunicación organización interna, estos resultados serán comprobados a través de la mejoría en los procesos de trabajo y un mejor manejo de la información que manejan los colaboradores.

Por otro lado, la percepción que tiene las personas acerca de la institución podrá notarse por los comentarios que realicen tanto los asociados, los usuarios y vecinos de la comunidad, así como el de las empresas e instituciones a quienes se habrá llegado, de la misma manera se tendrá una comunicación organizacional externa más fluida.

Y, para terminar, la puesta en marcha de las propuestas, dándole un buen seguimiento y evaluando cada situación correspondiente de manera responsable y constante, se podrá tener como resultado, mayor y mejor personal capacitado, con un excelente clima organizacional, motivado y rindiendo al máximo para el logro de los objetivos de la institución, logrando con ello posicionar una mejor imagen e identidad corporativa, tanto en los públicos internos como los externos.

Conclusiones

- La comunicación interna se maneja de forma adecuada y con herramientas necesarias, se usan canales adecuados, aun así, hay debilidades e inconformidades por parte de los colaboradores por tal razón es necesario implementar una guía para las reuniones y una guía de comunicación interna.
- Las instituciones constantemente están propensas a caer en situaciones de crisis, por lo que también es necesario elaborar un manual de manejo de crisis y salvaguardar de esta manera la imagen de la institución.
- Por medio de encuestas se estableció que gran parte de los públicos externos carecen de información de la razón de ser de la institución.
- La Asociación de Desarrollo Comunitario Sajcavillá puede y debe mejorar la comunicación con sus públicos externos e incrementar el interés de las personas en ser partícipes de los beneficios que plantea la institución.
- La institución no posee materiales de apoyo para trasladar información a sus públicos externos en la búsqueda de apoyo en instituciones y empresas que puedan aportar para materializar los proyectos propuestos.
- No se cuenta con estrategias de comunicación externa y el público lo demanda por lo que se plantea encomendar la función comunicativa a una persona que se encargue del manejo de la información y velar porque se traslade a donde deba, de una manera adecuada, clara, concisa y directa.

Recomendaciones

- Se recomienda propiciar espacios necesarios para llevar a cabo reuniones formativas e informativas hacia los colaboradores de ADECSA, con fin único de socializar resultados y mejoras obtenidos y de la misma manera generar una mejor identificación con la institución.

- Por estar propensos ante una eventual crisis, todos los involucrados en la institución deben de estar en constante capacitación sobre posibles riesgos y hacer simulacros de crisis cada cierto tiempo, evaluar las diferentes situaciones y entornos para estar actualizados.

- Se recomienda que se tengan los materiales propuestos que contengan la misión y visión, además que estén disponibles y distribuirlos tanto a instituciones como a los otros públicos para fortalecer la imagen institucional y ganar credibilidad de la institución.

- Se recomienda fortalecer la comunicación por medio de las redes sociales, ya que es una excelente herramienta de comunicación en los tiempos actuales.

- Se recomienda contar con un coordinador para el departamento de comunicación, se considera que es un departamento indispensable para cualquier institución que tenga que ver con proyectos de desarrollo social.

Referencias

- Barrera, M, (1991). Comunicación y antropología. Caracas: Editorial
Fundación Servicios y Proyecciones para América Latina (SYPAL).
- Capriotti, P. (1998). La comunicacion interna. Reporte C&D.
- FEAPS. (s/f). COMIN Comunicación Interna. Guía de buenas prácticas de comunicación
interna. Madrid, Madrid, España: FEAPS.
- Fernández, C. (2002). La comunicación en las organizaciones. 2da edición. México: Trillas.
- Muriel, ML; Rota, G. (1980). Comunicación institucional, enfoque social de relaciones
humanas. Quito, Ecuador. Andina. p. 305.
- Ritter, Michael. Cultura organizacional. Argentina: La Crujía Ediciones. 2008, 149 p.
- Scannell, Paddy, y Cardiff, David. (1991) A social history of British broadcasting. Volume One,
1922-1939 "Serving the Nation." Oxford: Basil Blackwell.
- White, R. (1996b) "Communitarian Ethic of Communication in a Postmodern Age." Ethical
Perspectives 3 (4, 1996b).

E-grafías

García, J. et adl. (1999). La auditoría de comunicación interna: Una aproximación conceptual y metodológica. *Revista Latina de Comunicación Social*, 18. Consultado el 7 de julio 2017. Disponible en red:
<https://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999gjn/81haba3.htm>

Morales, A. (2009) Comunicación externa y sus funciones. Consultado el 10 de julio 2017.
Disponible en red: <http://anamoralesrosas.blogspot.com/2009/09/comunicacion-externa-ysusfunciones.html>

Núñez, K. (2012). Comunicación organizacional: tipos, flujos, barreras y auditoría. Consultado el 8 de junio 2017. Recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/comunicacion-organizacional-tipos-flujos-barreras-y-auditoria/>

ANEXOS

Anexo 1: Cronograma de diagnóstico

ACTIVIDADES	MAYO									JUNIO										
	22	23	24	25	26	29	30	31	01	02	12	13	14	15	16	26	27	28	29	30
1. Recopilación de Información																				
2. Plan de Investigación																				
3. Desarrollo de Entrevistas y encuestas																				
4. Diagnóstico Interno y externo																				
5. Evaluación de resultados																				

Anexo 2: Instrumentos

Guía de entrevista para la Junta Directiva

1. ¿Considera que la comunicación interna genera una identificación institucional por parte del trabajador hacia la empresa?

2. ¿La comunicación organizacional fortalece las relaciones interpersonales entre los trabajadores de la empresa?

3. ¿La comunicación interna propicia una buena coordinación dentro de la organización?

4. ¿Considera que una buena comunicación organizacional interna mejoraría la productividad de la empresa en sus diferentes áreas?

5. ¿Una buena comunicación organizacional permitiría mejorar las actitudes de todos los colaboradores?

6. ¿Conoce los diferentes tipos de comunicación interna que existen en la empresa?

7. ¿Cómo califica usted a los medios de comunicación interna con los que cuenta la institución?

Guía de entrevista para la gerencia

Entrevista sobre la Comunicación Interna de la Asociación de Desarrollo Comunitario Sajcavillá (ADECESA).

La finalidad de esta entrevista es para encontrar áreas de oportunidad que nos permitan mejorar la comunicación interna dentro de ADECESA.

1. ¿Qué tanto conocen los empleados la institución?
2. ¿Qué percepción tienen los empleados sobre la inducción que tuvieron cuando ingresaron a ADECESA?
3. ¿Consideran los empleados que la información que se les proporciona para desempeñar su trabajo es realmente útil?
4. ¿Qué medios de comunicación interna tiene la empresa?
5. ¿Cómo perciben los empleados su ambiente de trabajo?
6. ¿Con qué frecuencia los empleados reciben información de la empresa a través de canales informales o rumores?
7. ¿Cada cuánto realizan reuniones con los colaboradores?
8. ¿Qué estrategias de comunicación interna se desarrollan?
9. ¿Cuentan con un manual de procedimientos?
10. A nivel interno ¿Cuáles son las estrategias de una comunicación en crisis? De no poseer, ¿considera que es necesaria?

Cuestionario

Encuesta a colaboradores sobre la Comunicación Interna de la Asociación de Desarrollo Comunitario Sajcavillá (ADECESA).

La finalidad de este sondeo es para encontrar áreas de oportunidad que nos permitan mejorar la comunicación interna dentro de ADECESA. Las respuestas son opiniones basadas en experiencias propias, por lo que **no hay respuestas correctas ni incorrectas**.

Instrucciones: lea cuidadosamente cada enunciado y marque la respuesta que mejor describa su opinión, seleccione una casilla y rellene el círculo completamente.

1. ¿Cuál es su antigüedad en la institución?

- Menos de un año
- De 1 a 2 años
- Más de 2 años

2. ¿A qué área pertenece?

3. ¿De qué forma se da la comunicación interna de la institución? (Puede marcar más de una)

- | | |
|--|---|
| <input type="radio"/> Personalmente | <input type="radio"/> Comunicación informal |
| <input type="radio"/> Llamadas telefónicas | <input type="radio"/> Cartelera |
| <input type="radio"/> Circulares | <input type="radio"/> Reuniones |
| <input type="radio"/> Correo electrónico | <input type="radio"/> Buzón de sugerencias |
| <input type="radio"/> Conferencias | <input type="radio"/> Revistas |

Otros _____

4. Valore de 1 a 5, el grado adecuado para las siguientes afirmaciones.

La comunicación interna me facilita...

...saber a qué se dedica la institución. _____

...lograr que me sienta miembro de la institución y comprometerme con los objetivos. _____

...conocer los objetivos y resultados. _____

...entender cuál es la situación de la institución. _____

...encontrar información necesaria para realizar mi trabajo. _____

5. ¿La comunicación es efectiva entre compañeros de la misma área?

Si No

6. ¿La comunicación es efectiva entre compañeros de otra área?

Si No

7. ¿Fluye adecuadamente la información?

Si No

8. ¿Tiene la libertad de comunicarse con su jefe directo?

Si No

9. ¿Cree que su jefe utiliza un lenguaje adecuado cuando se dirige a usted?

Si No

10. ¿Tiene la libertad de comunicarse con jefes de otras direcciones?

Si No

11. ¿Cuál es el grado de satisfacción con la comunicación interna de la institución?

Nada satisfecho Poco satisfecho

Satisfecho Muy satisfecho

12. Cuando se debe tomar una decisión importante para la institución ¿Toman en cuenta las opiniones de los colaboradores?

Siempre Casi siempre

- Algunas veces Nunca

13. A la hora de trasladar información ¿Se encuentra con alguno de los siguientes obstáculos?

- Ausencia de procedimiento definido
 Falta de materiales adecuados
 Desconocimiento de medios adecuados
 Exceso de información

Otro _____

14. Por favor, valore de 1 a 5, el grado de interés que tiene para usted las siguientes herramientas de comunicación.

- | | |
|----------------------------|---------------------------------|
| _____ Manual de empleado | _____ Publicación institucional |
| _____ Cartelera | _____ Circulares |
| _____ Reuniones | _____ Correo electrónico |
| _____ Buzón de sugerencias | _____ Llamadas telefónicas |
| _____ Revistas | _____ Redes sociales |

15. ¿Qué sugerencia le puede dar a la institución para mejorar la comunicación interna?

Encuesta Comunicación Externa

1. ¿Sabe usted qué es el ADECSA?

Sí No

2. ¿Conoce qué significan las siglas ADECSA?

Sí No

3. ¿De qué manera se ha enterado de la información de ADECSA?

Por otras personas Radio
 Prensa Televisión
 Internet Otro: _____

4. ¿Considera necesario comunicar todas las actividades y servicios de ADECSA?

Sí No

5. ¿Cómo se deberían comunicar las actividades del ADECSA?

Pregonando Prensa
 Radio Televisión
 Internet Actividades especiales
 Otro: _____

6. ¿Con qué periodicidad le gustaría recibir información?

Cada semana Cada mes
 Cada 3 meses Cada 6 meses
 Cada año

Anexo 3: Guía de Comunicación Interna



¿POR QUÉ ESTA GUÍA?

Esta guía busca que, de manera sencilla y práctica, oriente al coordinador de Comunicación interna de la Asociación de Desarrollo Comunitario Sajcavillá hacia los conceptos básicos, las herramientas, las técnicas y los canales de comunicación interna de la institución.

El fin es lograr un desarrollo comunicacional interna efectiva, enfocado estratégicamente como un recurso necesario de gran valor que refuerce el alcance de los objetivos.

La comunicación interna de planificarse y ser evaluada constantemente, por tal razón se hace necesario conocer y desarrollar procesos que conlleve a su ejecución.

¿A QUIÉN VA DIRIGIDA?

La guía está dirigida a la Coordinación de Comunicación Interna, su accionar abarca a todos los miembros de la organización, es decir, colaboradores, gerente, directivos, incluso proveedores. Partimos de la idea de que los empleados, según dictan los valores y credos, son el primer y más importante público de las organizaciones.

¿QUÉ ES LA COMUNICACIÓN INTERNA?

La comunicación interna es la comunicación dirigida a los miembros de una organización, es decir, al trabajador. Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno competitivo donde el cambio es cada vez más rápido.

¿PARA QUÉ SIRVE?

La comunicación interna dentro de una empresa es esencial al momento de designar responsabilidades a sus miembros, es importante al momento de las relaciones interpersonales y se utiliza para poder dirigir y coordinar todas las actividades diarias. Ayuda, además, a dar coherencia y credibilidad a la imagen de la institución que se traslada al exterior, por medio de sus mismos empleados, siendo ellos los principales voceros de la empresa. Un empleado al salir de la empresa habla con su gente acerca de lo que vio, sintió, sufrió o disfrutó durante su jornada laboral y si está bien informado y comprometido con los objetivos organizacionales ayudará a alcanzarlos.

LA COMUNICACIÓN INTERNA PARA FOMENTAR LA CONFIANZA EN LA ORGANIZACIÓN

Cuando hablamos de fomentar confianza estamos hablando de cultivar la máxima transparencia en lo que se hace y en cómo se hace, de generar cohesión y de reconocimiento mutuo, de lograr mayor movilización y compromiso de todos, de conseguir una buena imagen interna de la organización gracias a un buen marketing interno en el que todos saben no solo lo que se hace, sino también por qué se hace.

VENTAJAS DE UNA BUENA COMUNICACIÓN INTERNA:

La ventaja de Cultura es el Sentido. La comunicación interna le da un mayor significado al acto de trabajar, eleva la motivación, la participación, el trabajo en equipo y el compromiso individual de cada empleado.

La ventaja de los servicios es la Calidad. La comunicación interna influye positivamente en la eficiencia, lo que genera mayores oportunidades de ahorro, inversión, creatividad, innovación, desarrollo y diferenciación en los mercados.

INCONVENIENTES DE LA FALTA DE COMUNICACIÓN INTERNA

Una mala comunicación interna puede verse reflejada en una mala organización. Muchos de los problemas que encontremos en nuestro día a día, puede que deriven de ello.

Falta de identificación del trabajador con la Organización.

Ello da lugar a una carencia de motivación y de participación del empleado, lo que, a su vez, origina una disminución en la productividad y una insatisfacción personal.

Falta de especificación de funciones y cometidos.

Distorsiona las relaciones entre las distintas unidades orgánicas, causando conflictos.

Desconocimiento de los avances y posibles mejoras.

La consecuencia directa es el desaprovechamiento del potencial humano de la Organización que, paulatinamente, va quedándose técnicamente obsoleto, lo que repercute en la calidad de los productos y servicios ofertados, y en la propia imagen de la Organización.

Deterioro del clima laboral

Si no dejas hablar y escuchas a tus empleados, cualquier cosa puede acabar en negatividad, secretismos y chismorreo.

Desmotivación y pérdida de productividad.

Los trabajadores sienten que no están informados de lo que pasa y que sus opiniones o ideas no importan, dejarán de poner interés y pasión en lo que hacen; y eso los convertirá en empleados pocos productivos.

FLUJO DE COMUNICACIÓN INTERNA

Las vías o flujos de la comunicación interna en las instituciones tienen cuatro direcciones. Teniendo en cuenta la dirección del mensaje dentro de la empresa, hablamos de:

Comunicación Vertical:

1. Será ascendente si la información discurre hacia arriba en la estructura jerárquica de la empresa (desde los empleados o mandos intermedios hacia la dirección). Ejemplos: Encuestas, sondeos de opinión, buzones de sugerencias, reuniones con subordinados, etc.

2. Será descendente si la información fluye hacia abajo (desde la dirección o mandos intermedios hasta los empleados de niveles inferiores). Ejemplos: circulares, memorándum, tabloneros de anuncios, folletos de bienvenida, manuales de empresa, entrevistas, conferencias, etc.

Comunicación Horizontal:

Es la que se da entre los miembros de un mismo nivel jerárquico de una organización o de un mismo departamento. Tiene gran importancia a efectos de coordinación.

Ayuda a resolver problemas y tomar decisiones en las que deben intervenir varios departamentos. Ejemplos: Trabajo en equipo o reuniones de trabajo, notas de departamento, comunicados internos.

CANALES O HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN INTERNA.

Las herramientas o canales de comunicación permiten, a través de diversos soportes y formatos, poner en contacto a dos o más actores del proceso de comunicación. La elección de las herramientas depende de la intención de comunicar de manera más o menos directa; de hacerlo de manera personalizada o masiva; de la búsqueda de difusión, de diálogo, de intercambio o de ser el medio para recibir información.

Antes de avanzar en la descripción de algunas de las herramientas más comunes, es necesario advertir que estas deberán ajustarse a las necesidades esbozadas en cada objetivo y en cada estrategia comunicacional, ya que así tendrán un verdadero sentido en su accionar. No debemos tomarlas como exigencia sólo porque otras instituciones cuenten con ellas.

Explicaremos cada uno de los medios bajo los siguientes parámetros: Descripción; en qué consiste la herramienta; objetivo: qué pretendemos conseguir con su utilización; uso más frecuente: circunstancias por las cuales elegimos estas herramientas más habituales en las que utilizan; ventajas: los motivos por los cuales elegimos esta herramienta y no otro, donde se contemplará el costo, temática, impacto, rapidez, receptores, volumen de trabajo que supone su realización.

Herramientas de Información

Publicación interna: existen varios tipos de publicación interna, cuyos destinatarios, pueden ser todos los colaboradores, gerente y directivos.

- Carta al personal
- Cartelera
- Intranet
- Videoconferencia
- Correo electrónico
- Buzón de sugerencias
- Reuniones

Carta al personal

Descripción: es un texto escrito en formato de carta dirigida a todo el personal o un colectivo en concreto. Su envío puede ser periódico o coyuntural, o ante situaciones de emergencia.

Objetivo: transmitir informaciones importantes, con carácter formal que requiera el sello de la dirección.

Uso más frecuente: informar sobre cambios relevantes, como por ejemplo cambios en los organigramas, para intentar desmentir rumores. Acostumbra a ser útil en situación de crisis.

Ventajas: es un instrumento de información ágil, de rápida difusión y escaso costo, y dada la relevancia del autor, será leída.

Inconveniente: puede provocar alarma, si se produce con carácter excepcional. Si se informa de manera continua puede perder relevancia y vanidad.

Recomendaciones: su extensión nunca será superior a una página. Se enviará un único mensaje con un lenguaje claro y directo.

Cartelera

Descripción: es el espacio destinado a dar a conocer la comunicación formal escrita, existiendo diferenciación de espacios, en función de los objetivos que se persigan y al colectivo que se dirija. Debe colocarse en lugar visible, de fácil acceso al personal.

Objetivo: exponer durante un tiempo información de interés al público elegido / destinatario.

Uso más frecuente: la cartelera es un instrumento clásico en las organizaciones. Incluye información desde: la dirección, comité de empresa, desde la dirección al personal (comunicación vertical), información legal, así como referente a normas, procedimientos, campañas publicitarias, resultados, etc. Comunicación horizontal: información de carácter general de actividades, sobre los avances del negocio.

Ventajas: es muy simple y sencillo, con bajo costo y de fácil ejecución. Permite difundir todo tipo de información, desde primeras noticias o como medio de refuerzo de temas comentados en reuniones u otras informaciones.

Inconvenientes: la información está limitada a lo expuesto en el panel. Dado que es un medio, simple y accesible, no se acostumbra a cuidar en exceso, tanto en la forma como en el tiempo de permanencia de la documentación, por lo que en numerosas ocasiones está muy desfasada.

Recomendaciones: es necesario integrar el tablón de anuncios dentro de la planificación de la comunicación y no como un hecho aislado. Diferenciar espacios o secciones dentro del propio panel, por ejemplo, entre informaciones urgentes e importantes, de otras más banales. No sobrecargarlo de información, ya que ello lleva a la falta de atención y dispersión de los mensajes.

Intranet

Descripción: es un sistema de nueva tecnología adaptado a las necesidades de la empresa.

Objetivo: aprovechar las nuevas tecnologías como canal de comunicación para informar.

Uso más frecuente: puede llegar a sustituir a otras herramientas de información, como cartas, el tablón o murales, la revista, etc.

Ventajas: la disminución importante de las comunicaciones escritas dentro de la organización, lo que llevaría a: una reducción de costos, agilidad de difusión, la certeza que llega a todo el público objetivo, y se puede utilizar diferentes lenguajes: escrito, video, movimiento, interactivo.

Inconveniente: la información en estos temas, nivel de desconocimientos de los destinatarios. Recomendaciones: hay que cuidar mucho la presentación y convertirlo en algo ágil y atractivo.

Correo electrónico

Descripción: establecimiento de interacción entre diferentes usuarios de informática, conectados a una misma red interna.

Objetivos: posibilitar al usuario la recepción o emisión de mensajes entre personas conectadas a una misma red informática, como una mensajería interactiva.

Uso más frecuente: envío de cualquier tipo de mensajes, desde la convocatoria de una reunión a informaciones generales o específicas de la empresa.

Ventajas: rapidez en la comunicación, multidifusión; poder enviar a varios usuarios a la vez el mismo mensaje, confidencialidad, acceso restringido al ordenador, envío de mensajes más documento adjunto, reducción de costos, papel, fotocopia, sobres de envío, reducción de número de llamadas telefónicas.

Inconvenientes: Uno de los problemas es que al ser muy fácil de utilizar contribuye en algunos casos a que haya un exceso de información. Además, la gente tiende a imprimir todos los mensajes recibidos lo que provoca una avalancha de papeles que precisamente se pretende evitar mediante el correo electrónico. Medio difícil de controlar, impacta de manera decisiva la imagen corporativa y las relaciones sociales con las audiencias tanto internas como externas.

Recomendaciones: mensajes sencillos y adaptados al medio. Acostumbrar al usuario al manejo de este instrumento.

Buzón de Sugerencias

Descripción: cajón con una abertura en forma de urna, que acostumbra estar colgado de la pared, en diferentes puntos de la institución. En él se introducen un formulario preestablecido, con ideas o sugerencias de cambio. Permite establecer un circuito de análisis de las propuestas y devolución de la información, sobre la aceptación y puesta en marcha de determinadas propuestas.

Objetivos: dar la opción a los empleados que lo desean para que aporten sus opiniones y sugerencias, con el fin de hacerlos partícipes de las mejoras de funcionamiento. Es un elemento de motivación y aportación.

Uso más frecuente: todo tipo de organización.

Ventajas: bajo coste y fácil acceso a todos los colaboradores.

Inconvenientes: puede convertirse en buzón de reclamaciones.

Recomendaciones: en la retroalimentación de la decisión adoptada es necesario el agradecimiento explícito por la aportación realizada, por parte de una persona con entidad de la organización, por ejemplo, la dirección. Se debe establecer una prima con relación a las aportaciones que supone la propuesta como elemento de motivación.

Reuniones

Descripción: juntar o congregarse a una serie de personas con unos objetivos comunes, las cuales intercambian información sobre uno o varios temas para llegar, a través de compromisos comunes, al logro de dichos objetivos.

Objetivos. Puede tener una doble vertiente. Puede ser instrumento de información y pueden serlo también de comunicación, de un modo convergente o excluyente.

Uso más frecuente: su uso condicionará el tipo de reunión. La más común son: para informar, recoger información, intercambiar puntos de vistas, generar ideas, negociar con el fin de llegar a un acuerdo, tomar decisiones.

Ventajas: Facilitan el dialogo y fomentan las relaciones personales, sobre todo entre empleados que no suelen interactuar entre sí frecuentemente por encontrarse separados.

Inconvenientes: Las reuniones suelen celebrarse a diferentes niveles empresariales. Las reuniones mal planificadas pueden convertirse en una pérdida de tiempo fenomenal que tenga como consecuencia una reducción de la productividad de la empresa.

Canales de comunicación interna de hoy

- Sitio Web
- Mensajería instantánea
- Telefonía IP
- Foros y charlas (chats)
- Telefonía Móvil

El más representativo de todos los medios digitales corporativos, es quizás el sitio web. Hoy en día es inconcebible una organización sin presencia en la World Wide Web ya sea con fines puramente informativos u orientación hacia el comercio electrónico. Al ser uno de los medios más visible, el trabajo estratégico aquí es imprescindible.

Mensajería instantánea

Ha tomado mucha fuerza por el masivo número de usuarios de aplicaciones comerciales. A pesar de sus muchas bondades requiere cuidado y control. El trabajo desde las áreas de comunicación para atender y aprovechar este medio resulta ineludible pues puede convertirse en una herramienta muy poderosa para agilizar el intercambio de información tanto interna como externa.

Telefonía IP

Este medio es muy importante pues tiene el futuro asegurado en la comunicación empresarial. Se sabe que el futuro de las telecomunicaciones está muy asociado con el Protocolo de Internet (IP). Así que la telefonía facilitará la integración de voz y datos en lo que hoy día se llama la mensajería unificada.

Guía de Comunicación Interna

Foros y charlas (chats)

Generalmente integrados en interfaces de páginas Web. La capacidad interactiva que ofrece amerita considerarlos de manera independiente. Bien encauzado son herramientas en los procesos comunicativos donde se necesite participación y retroalimentación.

Telefonía Móvil

Genera un impacto muy importante en el medio empresarial y que no puede ser desconocido (SMS Y MMS). Estos medios resultan muy útiles para llegar a audiencias dispersas geográficamente, pero presentan, por lo menos por ahora, limitantes en la cantidad de información que recibe.

IDEAS QUE AYUDAN A MEJORAR LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA EMPRESA:

- Diseña campañas divertidas. Diseña campañas concretas involucrando a todo el personal, recurriendo al entusiasmo, a la emoción, a los recursos digitales, etc.
- Lanza mensajes oportunos. Estudia las oportunidades informativas. Revisa la temática de tus mensajes ¿el contenido de tus mensajes es oportuno?
- Mini estudio de clima interno. Un mini estudio de clima en un área concreta. Elige el área más conflictiva o la menos productiva. El objetivo es planificar una encuesta para anticiparte a problemas futuros. Si mejoras el clima de un área problemática mejorará el flujo de comunicación horizontal y se notará en toda la organización.
- Forma en carencias de comunicación. Apoyada en la entrevista periódica de desempeño elabora una lista de competencias en comunicación requeridas para cada área. Personaliza en lo posible la formación. Todos necesitamos mejorar nuestras habilidades de comunicación escrita, verbal y no verbal. Según las carencias detectadas en comunicación y las prioridades, sugiere cursos de formación.
- Organiza foros. Crea foros para hablar sobre temas concretos que preocupan a tu empresa. Por ejemplo, crea un foro sobre ¿Cómo fomentar mejores aportaciones? ¿Qué podemos hacer para innovar?
- Simplificar y repetir, los mensajes básicos, las ideas más importantes.



Anexo 4: Guía de Reuniones



Buscamos generar alianzas para materializar proyectos que beneficien a nuestra población y mejoren su calidad de vida.

Centro Cívico, Sector 4 Aldea Sajcavillá, San Juan Sacatepéquez, Guatemala C.A.
 adecsa@turbonett.com
 6630-3802
 ADECSA



GUÍA PARA REUNIONES



ASOCIACIÓN DE DESARROLLO COMUNITARIO SAJCAVILLÁ

"Brindando herramientas que generan oportunidades"

UNA REUNIÓN DE TRABAJO

Es un área en el cual se logra la interacción con los miembros de una organización o institución con el fin primordial de coordinar, generar, construir, designar, evaluar, etc. Diversidad de acciones de la institución.

Tipos de reuniones

Existen varios tipos de reuniones, estas se presiden en función a los fines que se buscan o se pretenden, en la diversidad de tipos de reuniones podemos mencionar:

De Planificación

Se centra en establecer a futuro, actividades, procedimientos, proyectos, entre otros, donde se busca generar ideas de los colaboradores para enriquecer las labores de la institución.

De control

En este tipo de reuniones se busca monitorear todas las actividades para establecer si se cumplen los objetivos planeados.

De Evaluación

Estas se enfocan en los resultados y dados sean los resultados se replantea y se decide.

De Participación

Se analiza los procedimientos, plazos de resultados, cargas laborales y se hace de manera conjunta.

De Negociación

Se realizan cuando se deben consensuar aspectos que beneficien o perjudiquen a los colaboradores de una institución.

De información

En ellas se transmite información necesaria de algún tipo, que requiera mayor explicación a detalle.

Consultiva

Se lleva a cabo cuando se necesita consultar con los colaboradores aspectos que contribuyan a ampliar los datos que se poseen.

En este documento se plantea una guía para la realización de reuniones de trabajo de la Asociación de Desarrollo Comunitario Sajcavillá, estableciendo pasos fundamentales para llevar con éxito todas las reuniones necesarias.

A continuación, se presenta un esquema sobre los procedimientos básicos para manejar adecuadamente las reuniones.

PREVIO A LA REUNIÓN

Antes de realizar cualquier reunión debe de justificarse el motivo por el cual se llevará a cabo, determinado esto, se procede a especificar el motivo para luego establecer el tipo de reunión que se vaya a manejar.

Es importante asignar una persona quien vaya a conducir la reunión estableciendo una agenda, la fecha, el horario y lugar, así como los materiales a utilizar. Por último la lista de participantes que se vaya a convocar.

- Determinar el propósito
- Tipo de reunión
- Asignar conductor de la reunión
- Elaborar agenda
- Espacio físico
- Elegir participantes
- Convocar

DURANTE LA REUNIÓN

Es necesario la puntualidad en iniciar a la hora indicada, también es importante recibir a los participantes cordialmente y una vez iniciada la reunión se debe socializar la agenda, revisarla conjuntamente.

La participación de los asistentes es de suma importancia y no perderse del objetivo de la reunión, por lo cual es indispensable mantener la línea del tema a tratar. Durante el desarrollo de la reunión es de sumo interés documentar todo lo que suscite para establecer acuerdos y compromisos.

- Iniciar a la hora acordada
- Revisar agenda
- Fomentar la participación
- Focalizar los objetivos
- Documentar la reunión
- Establecer un seguimiento

DESPUÉS DE LA REUNIÓN

Luego de documentar la reunión se debe realizar un seguimiento de los puntos tratados, acuerdos y compromisos adquiridos por lo cual es necesario monitorear los procesos derivados de la reunión.

- Evaluación de la reunión
- Monitoreo de acuerdos y compromisos



Anexo 5: Manual de Manejo de Crisis





ASOCIACIÓN DE
DESARROLLO COMUNITARIO
SAJCAVILLÁ, ADECSA

INDICE

1. Introducción	4
2. Conceptos básicos	4
3. Ocho pasos para estar preparados ante una eventual crisis	5
4. ¿Qué hacer ante las primeras señales de crisis?	7
5. Manejo de la comunicación	8
6. Cosas que deben evitarse	9



1. INTRODUCCIÓN

OBJETIVOS

El objetivo primordial es poner a disposición de la Asociación de Desarrollo Comunitario Sajcavillá una guía que se encargue de proporcionar procedimientos claros para la gestión comunicacional y enfrentar de buena forma, eventuales crisis, además permita a la junta directiva estar mejor preparados para manejar las diversas situaciones y resguardarse, tanto a nivel interno como a lo externo y proteger la imagen pública y reputación de la institución.

Este Manual contempla estrategias, procedimientos, normas y líneas para accionar, de tal manera tener un mejor manejo y control de los escenarios de las diferentes crisis que puedan suscitarse. Además, orienta para mejorar la calidad de la información que la institución traslade a los medios y a la opinión pública.

2. CONCEPTOS BÁSICOS

En la actualidad, todas las empresas, instituciones y organizaciones están expuestas a diversas situaciones de crisis, muchas de ellas son inevitables, pero se pueden evitar y controlar.

Anticiparse y estar bien preparados son los grandes logros que una buena administración podría obtener, la gran pregunta es: ¿Cómo lograrlo?

A grandes rasgos, lo principal ante una crisis implica: 1) enfrentar la situación, 2) comunicar adecuadamente, 3) comunicar nuestra versión de lo sucedido, 4) Designar a una persona la labor de comunicación que sea capaz de trasladar información clara, concisa y creíble.

¿QUÉ ES UNA CRISIS?

Desde el punto de vista de la comunicación, se entiende por situaciones de emergencia: Cualquier situación que genere publicidad negativa, amenace la credibilidad, reputación y/o funcionamiento de la institución.

3. OCHO PASOS PARA ESTAR PREPARADOS ANTE UNA EVENTUAL CRISIS

A continuación, se exponen 8 PASOS que toda institución u organización debe seguir para estar preparada ante posibles escenarios de crisis y ser capaz de proceder en tal caso de forma oportuna y adecuada a tales situaciones.

▶ PASO 1: IDENTIFICAR LOS ESCENARIOS PROBALES DE CRISIS

Las crisis por naturaleza son impredecibles, muchas veces llegan a niveles inesperados. Pueden originarse en cualquier momento. De tal forma, es necesario anticipar todos los probables escenarios, no solo centrarse en los riesgos probables relacionados a la institución, sino también podría ser un accidente laboral o una denuncia legal.

Es necesario que todos estén involucrados (cargos directivos, administración, etc.) en la identificación y evaluación de potentes escenarios de crisis.

Cabe mencionar que las crisis vividas con anterioridad pueden volverse a repetir más adelante, por lo que se debe estar atento ante este tipo de situaciones.

▶ PASO 2: TENER UN BUEN RECORD REPUTACIONAL

Esto implica mantener una buena y estrecha relación con todas las partes interesadas en la institución, esto a través de una excelente gestión comunicacional y efectiva que permita a la intuición proyectar una imagen de solidez y credibilidad. Con un trabajo sistematizado a través de relaciones positivas y transparentes con los socios, la comunidad, los medios de comunicación y la opinión pública en general, puede ser la clave en los momentos de crisis.

La credibilidad, reputación y confianza se construye a través del tiempo, por lo que se debe invertir en las relaciones con los diferentes actores antes que se presente una crisis.

▶ PASO 3: CONFORMAR UN COMITÉ DE CRISIS

Es indispensable conformar un Comité de Crisis, quien determinará las acciones a seguir en caso la institución se ve afectada por una situación de emergencia. El Comité de Crisis debería reunirse con regularidad para manejar en gran medida este manual con bastante facilidad, evaluar los escenarios y preparar un plan de trabajo estratégico y comunicacional. Por ello, cada uno que lo conforma deberá manejar criterios para actuar de mejor manera.

El Comité de Crisis podría estar conformado por:

Dos miembros del Consejo de Administración, dos miembros del Comité de Fiscalización, el Gerente General y un encargado de Comunicación.

La prioridad del Comité de Crisis es planificar, coordinar, unificar ideas y definir líneas de acción.



➤ PASO 4: SELECCIONAR Y ENTRENAR AL ENCARGADO DE COMUNICAR

Se debe nombrar o seleccionar a un encargado de comunicar, quien será la persona que "muestre la cara" de la institución en el momento que se genere una crisis y sea necesario afrontar la situación. Esta persona deberá ser entrenada en todo el tema para que, cuando llegue el momento no improvise, sino demuestre las habilidades necesarias para dar una buena imagen de la institución, y conserve el control de la comunicación

➤ PASO 5: PREPARAR MENSAJES A TRANSMITIR

El Comité de Crisis debe tener preparados con anticipación basados en los probables escenarios de crisis, algunos mensajes para su difusión. Estos mensajes deben de estar disponibles para el encargado de la comunicación para que los interprete y sepa transmitir. Los mensajes deben contener:

- a) Una reseña de los hechos: qué, dónde, cuándo, cómo ocurrieron.
- b) Información de las medidas que se están tomando y las investigaciones que se están realizando acerca de las causas, asistencia a las víctimas y reparar los efectos negativos, colaboración con las autoridades para controlar la situación, entre otros.
- c) Referencia de las políticas de la institución en cuanto a estándares de calidad, normas ambientales, políticas de transparencia, etc.
- d) Palabras de solidaridad con las posibles víctimas irremediables y estar a la disposición de colaborar con las familias en su momento de dolor.

➤ PASO 6: TENER DESARROLLADO UNA BUENA RELACIÓN CON LOS MEDIOS

La buena relación que se tenga con los medios de comunicación es necesario, ya que mantener el vínculo con ellos, que conozcan a la institución y a al encargado de la comunicación hace que, ante cualquier situación ellos sepan a donde y con quien dirigirse. Es vital mantener una actualización de bases de datos con medios locales y nacionales.

➤ PASO 7: MANTENER UN MANUAL DE CRISIS ACTUALIZADO

El Manual debiera actualizarse por lo menos cada dos años, con el fin de no perder vigencia y se adapte a las nuevas directrices, del mismo modo que con la base de datos para estas disponible en el momento preciso cuando se presente una situación de crisis.

➤ PASO 8: HACER SIMULACROS DE EMERGENCIA

Para estar en la disposición de actuar de manera correcta es oportuno realizar simulacros, se sugiere que este tipo de ejercicio sea evaluado para detectar lecciones aprendidas y deficiencias para corregir y mejorar.

4. ¿QUÉ HACER ANTE LAS PRIMERAS SEÑALES DE CRISIS?

1. CONFORMAR EL COMITÉ DE CRISIS

La primera acción es conformar el Comité de Crisis con los miembros descritos con anterioridad. El Comité de Crisis deberá reunirse de inmediato en las oficinas de la institución, pues es ahí donde tendrán toda la información necesaria y contar con los medios necesarios para facilitar la labor. El Comité de Crisis debe:

- a) Recabar información de fuentes confiables, de toda la situación que se haya desencadenado, hacer llamadas telefónicas, reunión con grupos específicos, análisis de los medios de comunicación, etc.
- b) Realizar un diagnóstico de la situación, ya que uno de los graves errores es no darle la importancia debida o bien darle demasiada importancia a algo de baja escala.

2. EVALUAR EL TAMAÑO DE LA CRISIS

Con toda la información recabada, Comité debe analizar la situación y darle un nivel de calificación, desde leve, moderada o grave, para actuar de conformidad con la magnitud de la crisis presentada.



Crisis leve: puede ser interno o externo con nula cobertura prensa, la crisis no trasciende y es controlado a nivel local, sus posibilidades de crecer la crisis es nula o escasa.



Crisis moderada: en muchos de los casos son conflictos internos o externos que tienen un nivel controlable, trasciende en los medios de comunicación y por la misma razón corre el riesgo de que escale en su nivel de importancia.



Crisis grave: conflicto interno o externo con niveles altos y de difícil control, alta cobertura de la prensa, pueden contener denuncias formales, requiere mucho tiempo de parte del Comité y directivos. La crisis afecta la imagen, la identidad y la reputación de la institución.



5. MANEJO DE LA COMUNICACIÓN

Toda vez que se haya controlado la situación y se han tomado las medidas respectivas es necesario entender los requerimientos de los medios de comunicación.

Cuando la crisis se convierta en moderada o grave y llegue a medios de comunicación, afectando la imagen institucional ante los líderes, autoridades y opinión pública en general, se recomienda que el Comité de Crisis siga los siguientes pasos:

- ▶ PASO 1: poner al tanto de la situación a todos los actores internos correspondientes.
- ▶ PASO 2: redactar un discurso institucional, tentativo, con la posición oficial frente a la situación. Describir los hechos y dar la postura de la institución con mensajes básicos elaborados previamente. Es labor del Comité determinar cuáles son los mensajes a transmitir para minimizar los efectos negativos que pueda generar la crisis.
- ▶ PASO 3: determinar la cobertura de los medios y su impacto, analizar si está escalando o se mantiene en su nivel.
- ▶ PASO 4: trasladar un comunicado a los medios seleccionados y darle seguimiento para que la información sea publicada y correcta.
- ▶ PASO 5: poner en acción al encargado de comunicación, persona quien dará la cara por la institución y entregarle todo el material necesario para que esté preparado, dar información clara y veraz.
- ▶ PASO 6: continuar con el seguimiento de prensa y gestionar entrevistas con la intención de que el encargado de gestionar la comunicación refuerce la postura de la institución.
- ▶ PASO 7: mantener a los líderes y autoridades totalmente informados a través de reuniones.
- ▶ PASO 8: informar constantemente a los públicos internos.
- ▶ PASO 9: evaluar los acontecimientos y el modo de gestionar la comunicación en los siguientes días.
- ▶ PASO 10: Dar por terminada la crisis tomando en consideración las medidas pertinentes para que no vuelva a ocurrir.
- ▶ PASO 11: evaluar la gestión comunicacional, las fortalezas y las debilidades para mejorar en eventualidades futuras.

6. COSAS QUE DEBEN EVITARSE

- Trasladar información sin la aprobación del Comité de Crisis, ya que esto generaría controversias en información contradictoria y fuera de línea con el discurso oficial.
- Dejar que el encargado de la comunicación improvise o especule en las declaraciones si haberse preparado con anterioridad.
- Ocultar información o mentir. Es importante decir siempre la verdad.
- Reservar datos fundamentales con el fin de minimizar el caso o hablar más de lo debido. Ambas situaciones son negativas.
- Mostrar incapacidad, falta de control, nerviosismo, vacilación, temor o arrogancia.
- Ser insensible ante los afectados por el acontecimiento.



Anexo 6: Brochure



Buscamos generar alianzas para materializar proyectos que beneficien a nuestra población y mejoren su calidad de vida.

Centro Cívico, Sector 4 Aldea Sajcavilla, San Juan Sacatepéquez, Guatemala C.A.
 adecsa@turbonett.com
 6630-3802
 ADECSA



ASOCIACIÓN DE DESARROLLO COMUNITARIO SAJCAVILLÁ
 "Brindando herramientas que generan oportunidades"



MISIÓN

Desarrollar proceso de planeación estratégica territorial, desde los cuales se impulsen iniciativas que consoliden el mejoramiento de las condiciones de vida de las familias de la aldea Sajcavilla, incidiendo en procesos de desarrollo social, económico, político, cultural y ambiental, bajo un contexto de pluriculturalidad, multilingüe y multiétnico, con tolerancia y respeto por el derecho ajeno y la propiedad privada.

VISIÓN

Ser una organización que impulse procesos de desarrollo integral desde lo local, con principios de sostenibilidad, transparencia y solidaridad entre los sectores que convergen en el área de acción de la asociación.

Nuestra Razón de Ser

Han pasado muchos años de trabajo en equipo: Directivos, Personal, Comisiones, asociados y vecinos de Sajcavilla en general; y durante este periodo se ha gestionado y ejecutado proyectos que satisfacen las necesidades de los asociados; se ha logrado mantener el buen servicio de agua potable, se ha podido unir a más vecinos al ejecutarse otros proyectos de beneficio comunitario.

Cuando en el año de 1996 se pensaba que el proyecto de agua solo quedaría en prestar este servicio, hoy en día nos damos cuenta que ADECSA, es más que eso, vemos que la asociación ha ido creciendo de la mano, sus asociados y vecinos, y hacer de Sajcavilla una comunidad próspera, modelo y digna en donde vivir. Con esfuerzo, trabajo y dedicación se han logrado metas trazadas; las gestiones de los recursos necesarios en diferentes instituciones, públicas y privadas, han hecho que alcanzáramos lo que establecimos en nuestra escritura constitutiva y al adentrarnos en estas gestiones encontramos varias oportunidades para poder seguir desarrollando y ejecutando proyectos de beneficio para todos los asociados y vecinos de Sajcavilla.



Y muchos proyectos y programas más.

Gestiones para la mejora de las Carreteras de nuestra comunidad.

Construcción de puente "Los Siney", Sector 4, Sajcavilla.

Apoyo en la ejecución de Proyectos Productivos: Productores de tomate y cuidado de Gallinas Ponedoras.

Apoyo para que funcione el Grupo Gestor Sajcavilla, San Juan Sacatepéquez.

Programa de apoyo al asociado.

Capacitación y Fortalecimiento a la Organización Femenina.

Drenaje y Plantas de Tratamiento para aguas servidas.

Distribución de Agua Potable.

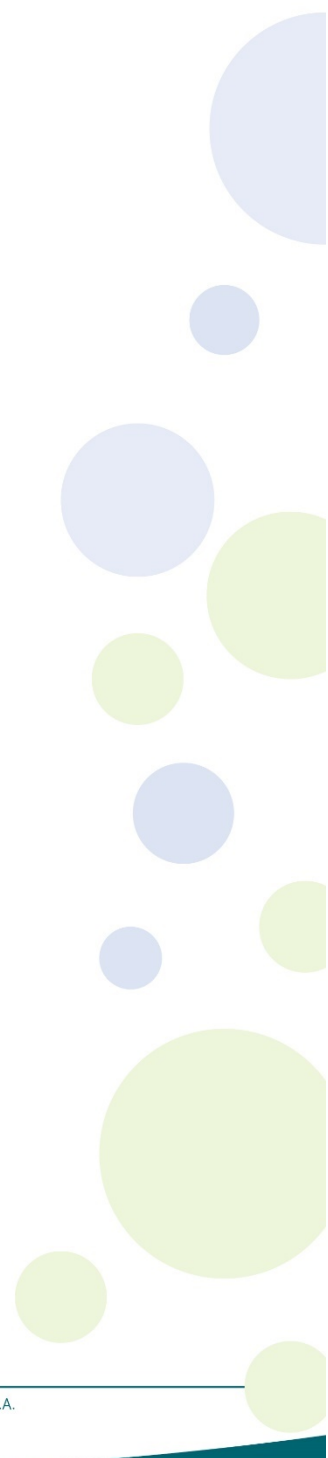
Anexo 7: Carpeta



Anexo 8: Tarjeta de presentación



Anexo 9: Hoja membretada



Asociación de Desarrollo Comunitario Sajcavillá
Centro Cívico, Sector 4 Aldea Sajcavillá, San Juan Sacatepéquez, Guatemala C.A.
Tel. 6630-3802, E-mail: adecsa@turbonett.com, [facebook/ADECSA](https://www.facebook.com/ADECSA)

Anexo 10: Bifoliar



Buscamos generar alianzas para materializar proyectos que beneficien a nuestra población y mejoren su calidad de vida.

PROYECTOS EJECUTADOS

TERCER TRIMESTRE 2017




☎ 6630-3802 ✉ adecsa@turbonett.com
 📍 Centro Cívico, Sector 4 Aldea Sajcavilla, San Juan Sacatepéquez, Guatemala C.A.

ASOCIACIÓN DE DESARROLLO COMUNITARIO SAJCAVILLÁ
 "Brindando herramientas que generan oportunidades"



Capacitación y Fortalecimiento a la Organización Femenina

Capacitación a mujeres de nuestra comunidad, con ello se ha logrado que tengan inclusión en distintos trabajos y que en el futuro les pueda servir para agenciarse de recursos económicos. En el año 2009 fueron diplomados en cocina, avalado por el Ministerio de Educación y financiado por la Fundación Carlos F. Novella y en el año 2017 se contribuyó con el curso de corte y confección, apoyado por la Municipalidad de San Juan Sacatepéquez.



Proyecto Manejo Técnico de los Desechos Sólidos

Otro pequeño paso importante durante estos años es la promoción del Proyecto sobre el Manejo Técnico de los Desechos Sólidos; teniendo la participación y capacitación de maestros y alumnos de las diferentes escuelas de nuestra comunidad. El proyecto cuenta con un estudio técnico, con el cual ADECESA ha sido galardonado en 2 oportunidades por ser uno de los mejores proyectos desarrollados en Guatemala para este tema.



Programa de apoyo al asociado

El apoyo al asociado, es un programa dirigido a los asociados al Proyecto de Agua Potable, beneficiando en la mejora de pequeños negocios, para siembras, mejoras de viviendas o adquisición de bienes.



Apoyos para la mejora de las escuelas

Durante estos años se ha apoyado la mejora de las escuelas, a la vez se han realizado diferentes gestiones para obtener materiales para la construcción de nuevas aulas en la escuela del Sector 3 de nuestra comunidad.





Anexo 11: Guión Video Institucional

GUIÓN DE VIDEO INSTITUCIONAL

Cliente: ASOCIACIÓN DE DESARROLLO COMUNITARIO SAJCAVILLÁ, ADECSA

Servicio: Proyectos de Desarrollo

Campaña: "Brindando herramientas que generan oportunidades"

Medio: Redes Sociales, TV locas, DVD

VIDEO	AUDIO
Fotos de escases de servicios	<p>Desde hace mucho tiempo nuestro país sufre por problemas sociales que requieren de atención inmediata, es por ello que en el año de 1996 un grupo de líderes de la aldea Sajcavillá, con el interés de hacer trabajo comunitario y mejorar la calidad de vida, convocan a la comunidad a sumar esfuerzos y conformar un comité de vecinos, tras luchas y una buena organización se logra introducir agua potable a los hogares donde se carecía de este vital líquido, sumado a ellos se logra el asfalto en la carretera principal, el alumbrado público y el acceso a la telefonía.</p> <p>Con estos grandes logros y con la visión de hacer más por la comunidad, ese comité de vecinos que un día soñaba con satisfacer una necesidad primaria, tiempo de después se transformaría en algo mejor, una asociación que gestionara de mejor manera, proyectos en beneficio de aldea y es en enero de 1999 cuando inicia formalmente sus operaciones la "Asociación de Desarrollo Comunitario Sajcavillá", lo que hoy se conoce como ADECSA.</p> <p>Desde su fundación, La Asociación de Desarrollo Comunitario Sajcavillá, enfoca sus esfuerzos en dar respuesta a las demandas sociales, promueve proyectos comunitarios innovadores que generen desarrollo sostenible.</p> <p>ADECSA está convencida que la educación, la salud, la cultura, la infraestructura y la capacitación a los vecinos en diversas áreas, son esenciales para lograr un desarrollo económico local.</p> <p>Somos una comunidad unida, buscamos generar alianzas para materializar proyectos que beneficien a nuestra población y mejoren su calidad de vida.</p> <p>"Asociación de Desarrollo Comunitario Sajcavillá, ADECSA Brindando herramientas que generan oportunidades."</p>
Fotos de los inicios de la Institución	
Fotos de los logros obtenidos y avances	
Planos generales de personas, de la comunidad, infraestructura.	
Animación de logo de la institución.	

Anexo 12: Publicaciones para redes sociales



Buscamos generar alianzas para materializar proyectos que beneficien a nuestra población y mejoren su calidad de vida.



**ASOCIACIÓN DE DESARROLLO
COMUNITARIO SAJCAVILLÁ**
"Brindando herramientas que generan oportunidades"



Buscamos generar alianzas para materializar proyectos que beneficien a nuestra población y mejoren su calidad de vida.



**ASOCIACIÓN DE DESARROLLO
COMUNITARIO SAJCAVILLÁ**
"Brindando herramientas que generan oportunidades"

Anexo 13: Carta de solicitud.



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



Guatemala 6 de mayo de 2017
Of. Postgrado 134-2017

Señor
Carlos Enrique Boj
Gerente General
Asociación de Desarrollo Comunitario Sajcavillá –ADECSA-
San Juan Sacatepéquez, Guatemala

Estimado Señor Boj:

Es un gusto saludarle y a la vez presentarle al Licenciado Juan Gabriel Tacatic Camey, carné No. 200417058, quien es estudiante de la Maestría en Comunicación Organizacional, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

El Lic. Gabriel Tacatic, solicita realizar su Trabajo de Graduación de la Maestría en Comunicación Organizacional en la Asociación de Desarrollo Comunitario Sajcavillá – ADECSA-, el cual consiste en realizar un Diagnóstico de comunicación organizacional interno y externo, durante el tiempo de tres meses (mayo-julio), el cual detectará los principales problemas que aquejan en dicha Institución, y con base a los resultados presentara una Estrategia de comunicación interna y externa, durante los meses de agosto y septiembre del año en curso, en la cual planteara las acciones a tomar para solventar la(s) problemática(s) encontrada(s) en el diagnóstico.

Apreciare su valiosa colaboración en el sentido de enviar la carta que avala la aceptación para que el Licenciado Tacatic, desarrolle el trabajo de graduación en dicha Asociación, 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 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

Anexo 14: Carta de aceptación.



ADECSA

ASOCIACIÓN DE DESARROLLO COMUNITARIO SAJCAVILLÁ

Aldea Sajcavillá, San Juan Sacatepéquez, Guatemala, 7 de mayo de 2017.

Señores:
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION
Presente.

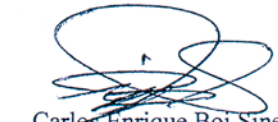
Reciba el cordial saludo, de la Asociación de Desarrollo Comunitario Sajcavillá, -ADECSA-, deseándole muchos éxitos en sus distintas actividades.

Por este medio comunico a ustedes que el Licenciado **JUAN GABRIEL TACATIC CAMEY**, estudiante de la Maestría en Comunicación Organizacional, ha sido aceptado en nuestra organización a fin de que realice su Trabajo de Graduación.

Sin más por el momento.

Atentamente,

ASOCIACION DE DESARROLLO COMUNITARIO SAJCAVILLA


Carlos Enrique Boj Siney
Gerente General



Anexo 15: Carta de validación de productos



ADECSA

ASOCIACIÓN DE DESARROLLO COMUNITARIO SAJCAVILLÁ

Guatemala 9 de octubre de 2017

Maestro Gustavo Adolfo Morán Portillo
Departamento de Estudios de Postgrado
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Maestro Morán:

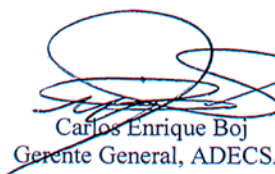
Como es del conocimiento de ustedes, el Licenciado Juan Gabriel Tacatic Camey, con registro académico 200417058, estudiante de la Maestría en Comunicación Organizacional 2016-2017, le fue autorizado realizar el Diagnóstico de Comunicación Interna y Externa en la Asociación de Desarrollo Comunitario Sajcavillá (ADECSA).

Con base en el diagnóstico realizado, el Licenciado Tacatic propuso los siguientes productos:

- ✓ Guía de buenas prácticas de comunicación interna.
- ✓ Guía para reuniones de trabajo.
- ✓ Manual de comunicación para el manejo de crisis.
- ✓ Brochure Institucional
- ✓ Bifoliar trimestral
- ✓ Carpeta institucional
- ✓ Material gráfico, audiovisual
- ✓ Y plan de redes sociales
- ✓ Propuesta de la creación de la coordinación de Comunicación de la institución.

Teniendo en consideración la importancia de la comunicación para nuestra institución se informa que será presentada al consejo directivo para evaluar y discutir su ejecución en función a los recursos disponibles, por otra parte, mostramos nuestra satisfacción y agradecimiento por el apoyo brindado hacia nuestra Asociación y la elaboración de los productos presentados.

Sin otro particular, atentamente.


Carlos Enrique Boj
Gerente General, ADECSA

