



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL.  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN.  
ESCUELA DE RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN  
ORGANIZACIONAL.**

**Trabajo de grado para la obtención del título de:**

**Licenciada en Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional.**

**“Diseño de un plan de relaciones públicas y comunicación interna para  
organizaciones no gubernamentales”.**

**Caso: Fundación Tierra Nueva “Hospital un Canto a la Vida” Padre Carollo.**

**Autora: Johanna Gabriela Veloz Lara.**

**Director: Lcdo. Mario Naranjo Noboa.**

**Quito-Ecuador**

**Del presente trabajo se responsabiliza el autor:**

**Johanna Gabriela Veloz Lara**

---

**1719133710**

**Agradezco en primer lugar a Dios por cada bendición que me ha brindado por su amor incondicional que me da día a día, a mis dos ángeles del cielo abuelito Jorge y mi mamita Olguita a pesar de que no están conmigo aquí en la tierra su bendición nunca me faltara gracias por nunca desampararme, a mis queridos profesores por el conocimiento que me han impartido a lo largo de esta trayectoria universitaria, a mis amigas incondicionales Carla, Anggie, y Naty por aparecer en mi camino desde el primer día de clases y enseñarme que la amistad es un regalo muy valioso, a mi familia por estar siempre conmigo en las buenas y malas apoyándome y dándome ánimos para continuar con mis metas los amo son las personas más importantes en mi vida y si uno de ustedes me falta no sé qué sería de mí.**

**Mis infinitas gracias a cada uno de ustedes.**

**Dedico este trabajo a mis Padres que gracias a su esfuerzo, amor y apoyo ahora estoy cumpliendo una de mis grandes metas, gracias a ustedes soy lo que soy y siempre serán mi inspiración para seguir adelante, los amo papitos por ustedes lo doy todo, a mis segundos papás Elenita y Julito por estar siempre conmigo, su ejemplo de lucha es digno de admiración son el pilar fundamental en mi vida y a mi persona favorita Stalin a lo largo de este trabajo tu paciencia y amor han sido fundamental para poder culminarlo no sé cómo agradecer a Dios por haberte pues en mi camino tú el que está ahí conmigo, mi amigo ,mi compañero, los amo.**

## ÍNDICE

|   |           |
|---|-----------|
| <b>PROTOCOLO DE TESIS</b> .....   | <b>I</b>  |
| <b>1. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN</b> .....  | <b>I</b>  |
| <b>2. SUB-LÍNEA DE INVESTIGACIÓN</b> .....  | <b>I</b>  |
| <b>3. TEMA</b> .....  | <b>I</b>  |
| <b>4. TÍTULO:</b> .....   | <b>I</b>  |
| <b>5. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....  | <b>I</b>  |
| <b>6. JUSTIFICACIÓN</b> .....   | <b>II</b> |
| <b>7. IDEA A DEFENDER</b> .....   | <b>II</b> |
| <b>8. OBJETIVOS</b> .....   | <b>II</b> |
| <b>INTRODUCCIÓN</b> .....   | <b>IV</b> |
| <b>1 CAPITULO I: FUNCIONAMIENTO Y ALCANCE DE LAS ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO</b> .....    | <b>1</b>  |
| <b>1.1 ANTECEDENTES</b> .....   | <b>1</b>  |
| <b>1.2 DEFINICIÓN DE ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO</b> .....                                | <b>2</b>  |
| <b>1.3 TIPOS DE ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO</b> .....                                     | <b>3</b>  |
| 1.3.1 Corporaciones.....  | 3         |
| 1.3.1.1 Corporaciones de primer grado.....  | 4         |
| 1.3.1.2 Corporaciones de segundo grado .....  | 4         |
| 1.3.1.3 Corporaciones de tercer grado.....  | 4         |
| 1.3.2 Fundaciones .....   | 4         |
| 1.3.3 Otras formas de organización social nacionales o extranjeras .....                        | 5         |
| 1.3.4 Organizaciones con fines de gestión o control social .....                                | 5         |
| <b>1.4 RESPONSABILIDAD DE LAS ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO PARA CON SUS PÚBLICOS</b> ..... | <b>5</b>  |
| 1.4.1 Donadores .....   | 5         |
| 1.4.2 Gobierno .....  | 6         |
| 1.4.3 Patronato .....   | 6         |

|            |   |           |
|------------|---|-----------|
| 1.4.4      | Grupo Objetivo.....   | 7         |
| 1.4.5      | Comunidad.....  | 7         |
| <b>1.5</b> | <b>LAS ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO EN EL ECUADOR.....</b>   | <b>7</b>  |
| 1.5.1      | Antecedentes.....   | 7         |
| 1.5.2      | Organizaciones sin fines de lucro que integran a Confederación Ecuatoriana de OSC. ....   | 11        |
| 1.5.3      | Constitución de Organizaciones Sin Fines de Lucro en el Ecuador   | 13        |
| <b>2</b>   | <b>CAPÍTULO II: APORTE ESTRATÉGICO DE LAS RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO .....</b> | <b>19</b> |
| <b>2.1</b> | <b>MARCO CONTEXTUAL .....</b>   | <b>19</b> |
| 2.1.1      | Comunicación Empresarial. ....  | 19        |
| 2.1.2      | Comunicación Interna- Externa.....  | 20        |
| 2.1.3      | Comunicación Interna. ....  | 20        |
| 2.1.4      | Importancia de la comunicación interna en las organizaciones .....  | 21        |
| 2.1.5      | Clima Organizacional.....   | 23        |
| 2.1.6      | Cultura Organizacional .....  | 24        |
| 2.1.7      | Motivación.....   | 26        |
| 2.1.8      | Relaciones Públicas.....  | 27        |
| 2.1.9      | Papel de las Relaciones Públicas .....  | 28        |
| 2.1.10     | Elementos de las Relaciones Públicas .....  | 29        |
| 2.1.11     | Relaciones Públicas en las organizaciones no lucrativas .....   | 31        |
| 2.1.11.1   | Relaciones Públicas en hospitales. ....   | 34        |
| <b>2.2</b> | <b>MARCO INSTITUCIONAL .....</b>  | <b>34</b> |
| 2.2.1      | Fundación Tierra Nueva .....  | 34        |
| 2.2.1.1    | Misión.....   | 34        |
| 2.2.1.2    | Visión .....  | 35        |
| 2.2.1.3    | Valores Institucionales .....   | 35        |
| 2.2.1.4    | Cumplimiento de la Misión y Visión.....   | 36        |
| 2.2.1.5    | Organigrama .....   | 37        |
| 2.2.1.6    | Historia Institucional. ....  | 38        |
| <b>3</b>   | <b>CAPITULO III: ESTADO ACTUAL DE LA FUNDACIÓN “TIERRA NUEVA”. .....</b>  | <b>40</b> |

|            |  |            |
|------------|--|------------|
| <b>3.1</b> | <b>METODOLOGÍA .....</b>   | <b>40</b>  |
| 3.1.1      | Unidad de Análisis .....   | 40         |
| 3.1.2      | Población .....  | 40         |
| 3.1.3      | Muestra .....  | 40         |
| 3.1.4      | Objetivos de la Investigación .....  | 41         |
| 3.1.4.1    | Objetivo General .....   | 41         |
| 3.1.4.2    | Objetivos Específicos .....  | 41         |
| 3.1.5      | Tipo de Investigación .....  | 41         |
| 3.1.6      | Métodos de Estudio .....   | 42         |
| 3.1.7      | Técnicas e Instrumentos .....  | 42         |
| 3.1.8      | Fuente de Información .....  | 42         |
| 3.1.9      | Representación gráfica de la investigación.....  | 42         |
| 3.1.9.1    | Salud .....  | 43         |
| 3.1.9.2    | Educación.....   | 58         |
| 3.1.9.3    | Protección Social.....   | 73         |
| 3.1.9.4    | Centro de salud .....  | 88         |
| 3.1.10     | Conclusiones de la investigación aplicada.....   | 103        |
| 3.1.10.1   | Conclusión del resultado que arrojó la encuesta aplicada por<br>área: 103                    |            |
| 3.1.10.2   | Conclusión General de la Fundación Tierra Nueva de la<br>investigación aplicada.....         | 105        |
| 3.1.11     | Validación de la idea a defender .....   | 108        |
| <b>4</b>   | <b>CAPÍTULO IV: PROPUESTAS ESTRATÉGICAS.....</b>   | <b>109</b> |
| <b>4.1</b> | <b>DIAGNÓSTICO DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>   | <b>109</b> |
| <b>4.2</b> | <b>OBJETIVOS DEL PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LA “FUNDACIÓN TIERRA<br/>NUEVA” .....</b> | <b>110</b> |
| 4.2.1      | Objetivo General .....   | 110        |
| 4.2.2      | Objetivos Específicos.....   | 111        |
| <b>4.3</b> | <b>PÚBLICOS .....</b>  | <b>111</b> |
| <b>4.4</b> | <b>MENSAJES .....</b>  | <b>112</b> |
| <b>4.5</b> | <b>ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS.....</b>   | <b>115</b> |
| <b>4.6</b> | <b>CRONOGRAMA.....</b>   | <b>122</b> |

|             |   |            |
|-------------|---|------------|
| <b>4.7</b>  | <b>PRESUPUESTO.....</b>   | <b>124</b> |
| <b>4.8</b>  | <b>MEDICIÓN Y EVALUACIÓN .....</b>  | <b>125</b> |
| <b>4.9</b>  | <b>DIAGNÓSTICO DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>   | <b>127</b> |
| <b>4.10</b> | <b>OBJETIVOS DEL PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS PARA LA “FUNDACIÓN TIERRA<br/>NUEVA” .....</b> | <b>127</b> |
| 4.10.1      | Objetivo General .....  | 127        |
| 4.10.2      | Objetivos Específicos.....  | 128        |
| <b>4.11</b> | <b>PÚBLICOS .....</b>   | <b>128</b> |
| <b>4.12</b> | <b>MENSAJES .....</b>   | <b>129</b> |
| <b>4.13</b> | <b>PROPUESTA .....</b>  | <b>132</b> |
| <b>4.14</b> | <b>CRONOGRAMA.....</b>  | <b>140</b> |
| <b>4.15</b> | <b>PRESUPUESTO.....</b>   | <b>141</b> |
| <b>4.16</b> | <b>MEDICIÓN Y EVALUACIÓN .....</b>  | <b>142</b> |
| <b>5</b>    | <b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>  | <b>144</b> |
| <b>5.1</b>  | <b>CONCLUSIONES .....</b>   | <b>144</b> |
| <b>5.2</b>  | <b>RECOMENDACIONES.....</b>   | <b>145</b> |
| <b>6</b>    | <b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>   | <b>146</b> |
| <b>7</b>    | <b>ANEXOS.....</b>  | <b>148</b> |
| <b>7.1</b>  | <b>ENCUESTA .....</b>   | <b>148</b> |
| <b>7.2</b>  | <b>ENTREVISTA A LOS JEFES O COORDINADORES DE CADA ÁREA .....</b>                            | <b>153</b> |
| <b>7.3</b>  | <b>ENTREVISTA .....</b>   | <b>153</b> |
| <b>7.4</b>  | <b>FICHA DE OBSERVACIÓN.....</b>  | <b>154</b> |
| <b>7.5</b>  | <b>PLAN DE MEDIOS .....</b>   | <b>155</b> |
| 7.5.1       | Objetivo General .....  | 155        |
| 7.5.2       | Objetivos Específicos.....  | 156        |
| 7.5.3       | Estrategia:.....  | 156        |
| 7.5.4       | Tácticas: .....   | 156        |



## ÍNDICE DE TABLAS

|  |     |
|--|-----|
| Tabla 1: Integrantes por provincias de la Confederación Ecuatoriana OSC..... | 12  |
| Tabla 2: Técnicas e Instrumentos a utilizar en la investigación.....         | 42  |
| Tabla 3: Análisis FODA.....  | 110 |
| Tabla 4: Propuesta.....  | 115 |
| Tabla 5: Propuesta.....  | 117 |
| Tabla 6: Propuesta.....  | 121 |
| Tabla 7: Cronograma.....   | 123 |
| Tabla 8: Presupuesto.....  | 124 |
| Tabla 9: Medición y Evaluación.....  | 126 |
| Tabla 10: Análisis FODA.....   | 127 |
| Tabla 11: Propuesta.....   | 133 |
| Tabla 12: Propuesta.....   | 135 |
| Tabla 13: Propuesta.....   | 139 |
| Tabla 14: Cronograma.....  | 140 |
| Tabla 15: Presupuesto.....   | 141 |
| Tabla 16: Medición y evaluación.....   | 143 |

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

|   |    |
|---|----|
| Gráfico 1: Valores Institucionales “Fundación Tierra Nueva” .....   | 35 |
| Gráfico 2: Proceso de cumplimiento “Fundación Tierra Nueva” .....   | 36 |
| Gráfico 3: Organigrama Institucional “Fundación Tierra Nueva” .....   | 37 |
| Gráfico 4: Pastel estadístico de la pregunta 1 de la encuesta aplicada al área de salud.....                | 43 |
| Gráfico 5: Pastel Estadístico de la pregunta 2 de la encuesta aplicada al personal del área de Salud. ....  | 44 |
| Gráfico 6: Pastel Estadístico de la pregunta 3 de la encuesta aplicada al personal del área de Salud. ....  | 45 |
| Gráfico 7: Pastel Estadístico de la pregunta 4 de la encuesta aplicada al personal del área de Salud. ....  | 46 |
| Gráfico 8: Pastel Estadístico de la pregunta 5 de la encuesta aplicada al personal del área de Salud. ....  | 47 |
| Gráfico 9: Pastel Estadístico de la pregunta 6 de la encuesta aplicada al personal del área de Salud. ....  | 48 |
| Gráfico 10: Pastel Estadístico de la pregunta 7 de la encuesta aplicada al personal del área de Salud. .... | 49 |
| Gráfico 11: Pastel Estadístico de la pregunta 8 de la encuesta aplicada al personal del área de Salud. .... | 50 |
| Gráfico 12: Pastel Estadístico de la pregunta 9 de la encuesta aplicada al personal del área de Salud. .... | 51 |
| Gráfico 13: Pastel Estadístico de la pregunta 10 de la encuesta aplicada al personal del área de Salud..... | 52 |
| Gráfico 14: Pastel Estadístico de la pregunta 11 de la encuesta aplicada al personal del área de Salud..... | 53 |
| Gráfico 15: Pastel Estadístico de la pregunta 12 de la encuesta aplicada al personal del área de Salud..... | 54 |

|   |    |
|---|----|
| Gráfico 16: Pastel Estadístico de la pregunta 13 de la encuesta aplicada al personal del área de Salud.....     | 55 |
| Gráfico 17: Pastel Estadístico de la pregunta 14 de la encuesta aplicada en el personal de Salud. ....          | 56 |
| Gráfico 18: Pastel Estadístico de la pregunta 15 de la encuesta aplicada en el personal del área de Salud. .... | 57 |
| Gráfico 19: Pastel Estadístico de la pregunta 1 de la encuesta aplicada al personal del área de Educación. .... | 58 |
| Gráfico 20: Pastel Estadístico de la pregunta 2 de la encuesta aplicada al personal del área de Educación. .... | 59 |
| Gráfico 21: Pastel Estadístico de la pregunta 3 de la encuesta aplicada al personal del área de Educación. .... | 60 |
| Gráfico 22: Pastel Estadístico de la pregunta 4 de la encuesta aplicada al personal del área de Educación. .... | 61 |
| Gráfico 23: Pastel Estadístico de la pregunta 5 de la encuesta aplicada al personal del área de Educación. .... | 62 |
| Gráfico 24: Pastel Estadístico de la pregunta 6 de la encuesta aplicada al personal del área de Educación. .... | 63 |
| Gráfico 25: Pastel Específico de la pregunta 7 de la encuesta aplicada al personal del área de Educación. ....  | 64 |
| Gráfico 26: Pastel Estadístico de la pregunta 8 de la encuesta aplicada al personal del área de Educación. .... | 65 |
| Gráfico 27: Pastel Estadístico de la pregunta 9 de la encuesta aplicada al personal del área de Educación. .... | 66 |
| Gráfico 28: Pastel Estadístico de la pregunta 10 de la encuesta aplicada al personal del área de Educación..... | 67 |
| Gráfico 29: Pastel Estadístico de la pregunta 11 de la encuesta aplicada al personal del área de Educación..... | 68 |

|   |    |
|---|----|
| Gráfico 30: Pastel Estadístico de la pregunta 12 de la encuesta aplicada al personal del área de Educación.....         | 69 |
| Gráfico 31: Pastel Estadístico de la pregunta 13 de la encuesta aplicada al personal del área de Educación.....         | 70 |
| Gráfico 32: Pastel Estadístico de la pregunta 14 de la encuesta aplicada al personal del área de Educación.....         | 71 |
| Gráfico 33: Pastel Estadístico de la pregunta 15 de la encuesta aplicada al personal del área de Educación.....         | 72 |
| Gráfico 34: Pastel Estadístico de la pregunta 1 de la encuesta aplicada área de Protección Social.....                  | 73 |
| Gráfico 35: Pastel Estadístico de la pregunta 2 de la encuesta aplicada al personal del área de Protección Social.....  | 74 |
| Gráfico 36: Pastel Estadístico de la pregunta 3 de la encuesta aplicada al personal del área de Protección Social.....  | 75 |
| Gráfico 37: Pastel Estadístico de la pregunta 4 de la encuesta aplicada al personal del área de Protección Social.....  | 76 |
| Gráfico 38: Pastel Estadístico de la pregunta 5 de la encuesta aplicada al personal del área de Protección Social.....  | 77 |
| Gráfico 39: Pastel Estadístico de la pregunta 6 de la encuesta aplicada al personal del área de Protección Social.....  | 78 |
| Gráfico 40: Pastel Estadístico de la pregunta 7 de la encuesta aplicada al personal del área de Protección Social.....  | 79 |
| Gráfico 41: Pastel Estadístico de la pregunta 8 de la encuesta aplicada al personal del área de Protección Social.....  | 80 |
| Gráfico 42: Pastel Estadístico de la pregunta 9 de la encuesta aplicada al personal del área de Protección Social.....  | 81 |
| Gráfico 43: Pastel Estadístico de la pregunta 10 de la encuesta aplicada al personal del área de Protección Social..... | 82 |

|   |    |
|---|----|
| Gráfico 44: Pastel Estadístico de la pregunta 11 de la encuesta aplicada al personal del área de Protección Social..... | 83 |
| Gráfico 45: Pastel Estadístico de la pregunta 12 de la encuesta aplicada al personal de área de Protección Social. .... | 84 |
| Gráfico 46: Pastel Estadístico de la pregunta 13 de la encuesta aplicada al personal del área de Protección Social..... | 85 |
| Gráfico 47: Pastel Estadístico de la pregunta 6 de la encuesta aplicada al personal del área de Protección Social. .... | 86 |
| Gráfico 48: Pastel Estadístico de la pregunta 15 de la encuesta aplicada al personal del área de Protección Social..... | 87 |
| Gráfico 49: Pastel Estadístico de la pregunta 1 de la encuesta aplicada al personal del Centro de Salud Quito Sur.....  | 88 |
| Gráfico 50: Pastel Estadístico de la pregunta 2 de la encuesta aplicada al personal del Centro de Salud Quito Sur.....  | 89 |
| Gráfico 51: Pastel Estadístico de la pregunta 3 de la encuesta aplicada al personal del Centro de Salud Quito Sur.....  | 90 |
| Gráfico 52: Pastel Estadístico de la pregunta 4 de la encuesta aplicada al personal del Centro de Salud Quito Sur.....  | 91 |
| Gráfico 53: Pastel Estadístico de la pregunta 5 de la encuesta aplicada al personal del Centro de Salud Quito Sur.....  | 92 |
| Gráfico 54: Pastel Estadístico de la pregunta 6 de la encuesta aplicada al personal del Centro de Salud Quito Sur.....  | 93 |
| Gráfico 55: Pastel Estadístico de la pregunta 7 de la encuesta aplicada al personal del Centro de Salud Quito Sur.....  | 94 |
| Gráfico 56: Pastel Estadístico de la pregunta 8 de la encuesta aplicada al personal del Centro de Salud Quito Sur.....  | 95 |
| Gráfico 57: Pastel Estadístico de la pregunta 9 de la encuesta aplicada al personal del Centro de Salud Quito Sur.....  | 96 |

|   |     |
|---|-----|
| Gráfico 58: Pastel Estadístico de la pregunta 10 de la encuesta aplicada al personal del Centro de Salud Quito Sur..... | 97  |
| Gráfico 59: Pastel Estadístico de la pregunta 11 de la encuesta aplicada al personal del Centro de Salud Quito Sur..... | 98  |
| Gráfico 60: Pastel Estadístico de la pregunta 12 de la encuesta aplicada al personal del Centro de Salud Quito Sur..... | 99  |
| Gráfico 61: Pastel Estadístico de la pregunta 13 de la encuesta aplicada al personal del Centro de Salud Quito Sur..... | 100 |
| Gráfico 62: Pastel Estadístico de la pregunta 14 de la encuesta aplicada al personal del Centro de Salud Quito Sur..... | 101 |
| Gráfico 63: Pastel Estadístico de la pregunta 15 de la encuesta aplicada al personal del Centro de Salud Quito Sur..... | 102 |
| Gráfico 64: Análisis Stakeholders (Donaldson y Preston(1995)) .....   | 111 |
| Gráfico 65: Priorización de los públicos. (Johnson y Scholes (2001)). .....   | 112 |
| Gráfico 66: Análisis del mensaje. ....  | 113 |
| Gráfico 67: Análisis del mensaje .....  | 113 |
| Gráfico 68: Análisis del mensaje. ....  | 114 |
| Gráfico 69: Priorización de los públicos. (Johnson y Scholes (2001)) .....  | 128 |
| Gráfico 70: Priorización de los públicos. (Johnson y Scholes (2001)). .....   | 129 |
| Gráfico 71: Análisis del mensaje. ....  | 130 |
| Gráfico 72: Análisis del mensaje .....  | 130 |
| Gráfico 73: Análisis del mensaje. ....  | 131 |

## **PROTOCOLO DE TESIS**

### **1. Línea de investigación**

Sistema de comunicación interna y externa para la innovación de procesos y operaciones en instituciones desde la aproximación de los instrumentos de la comunicación para el desarrollo.

### **2. Sub-LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

Comunicación interpersonal para el fortalecimiento de la institución e implementación de estrategias de Relaciones Públicas.

### **3. Tema**

“El manejo de la comunicación interna dentro de una organización y el papel de las relaciones públicas en convenios o alianzas estratégicas”

### **4. Título:**

“Diseño de un plan de relaciones públicas y comunicación INTERNA PARA ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES”

CASO: FUNDACIÓN TIERRA NUEVA “HOSPITAL UN CANTO A LA VIDA “ PADRE CAROLLO

### **5. Planteamiento del problema**

La fundación Tierra Nueva fue creada en 1992, brinda servicios en Educación, Salud y Protección Social a las personas de los grupos de atención prioritaria del sur de Quito, la problemática de esta fundación es que sus canales de comunicación interna se encuentra deteriorados por ende el clima laboral y su cultura organizacional se ve afectado , por otro lado ser una fundación sin fines de lucro se necesita fortalecer alianzas para obtener donaciones y mantener proyectos de ayuda social que su fundador implemento.

## **6. Justificación**

La comunicación interna dentro de una empresa u organización es sumamente importante para el funcionamiento correcto de la misma, la imagen que se brinda al público objetivo se basa de una comunicación interna implementada adecuadamente.

La fundación Tierra Nueva Hospital “Un Canto a la Vida “ Padre Carollo, requiere un plan de comunicación interna para mejorar sus vínculos internos realizando previamente una investigación para conocer la situación actual dentro de la fundación y partir de esto podemos realizar un plan de comunicación interna viable.

También propongo realizar un plan de relaciones públicas para obtener nuevas alianzas que permitan fortalecer a la fundación como una institución, es importante saber que una fundación se mantiene a base de alianzas estratégicas que consta de donaciones, convenios, ayudas.

Por eso es primordial realizar estrategias y tácticas idóneas para mantener las alianzas existentes que tiene la fundación con otras instituciones y a la vez encontrar nuevos convenios que ayude a la fundación a mantener la misión de la misma.

## **7. Idea a defender**

Con el diseño de un plan de comunicación interna se lograría optimizar el clima laboral, mejorar la comunicación entre mandos, promover una cultura organizacional y participativa, y el sentido de pertenencia en sus colaboradores; así como también persuadir y motivar a sus públicos de interés, para lograr donativos en la Fundación Tierra Nueva “Hospital un canto a la vida” Padre Carollo.

## **8. Objetivos**

### **8.1 Objetivo General**

- Diseñar un plan de relaciones públicas y comunicación interna para la Fundación Tierra Nueva “Hospital un Canto a la Vida “Padre Carollo, logrando fortalecer alianzas estratégicas y un mejoramiento continuo del proceso interno comunicacional.



## 8.2 Objetivos Específicos

- Determinar el alcance y el funcionamiento de las organizaciones sin fines de lucro.
- Establecer el aporte estratégico de las relaciones públicas y comunicación en las organizaciones sin fines de lucro.
- Diagnosticar el estado actual de la comunicación a nivel interno en la fundación y a su vez conocer el proceso de alianzas estratégicas para obtener donativos.
- Implementar estrategias y tácticas para obtener un mejoramiento a nivel de la comunicación interna, diseñar un plan de relaciones públicas para mejorar y crear alianzas estratégicas para con sus donantes.

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de tesis plantea la necesidad de una comunicación efectiva dentro de las instituciones ya que esta es reflejada mediante los colaboradores que pertenecen a las mismas.

Las fundaciones como organizaciones sin fines de lucro son instituciones que están direccionadas a ayudar en cualquier ámbito social, y sus colaboradores deben ser personas que tengan el don que requiere dicho trabajo, no obstante la satisfacción del colaborador como miembro de estas organizaciones no depende de las mismas, la comunicación interna es fundamental para lograr un clima laboral óptimo.

Las Relaciones Públicas es una necesidad dentro de las Organizaciones sin fines de lucro para obtener recursos económicos permanentes por parte de donantes, que dan vida a cada una de estas organizaciones.

Se describirá a breves rasgos los inicios de las Organizaciones sin fines de lucro y como se conforman dentro del Ecuador, conceptos de temas fundamentales para el inicio del presente trabajo, una breve historia de los inicios de la Fundación “Tierra Nueva” con la cual vamos a trabajar.

Para posteriormente realizar una investigación con los colaboradores de la Fundación “Tierra Nueva”, aplicando las herramientas adecuadas y poder obtener un diagnóstico sobre la comunicación interna y el proceso de donantes.

Se realizará propuestas enfocadas al diagnóstico obtenido anteriormente en la investigación, las cuales nos ayuden a optimizar el clima laboral y los procesos de donantes dentro de la Fundación “Tierra Nueva”.

## **1 CAPITULO I: FUNCIONAMIENTO Y ALCANCE DE LAS ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO**

**El presente capítulo tiene como contenido: antecedentes de la Organizaciones sin fines de lucro, sus inicios, definiciones tipos de organizaciones, su papel dentro del Ecuador.**

**Marco teórico, definiciones de temas relevantes y por último Marco Institucional, inicios de la Fundación “Tierra Nueva”, fundador, visión, misión, valores institucionales.**

### **1.1 Antecedentes**

El término Organizaciones Sin Fines de Lucro (OSFL) es acuñado en el siglo XX por los economistas, pero su origen se remonta a la antigua Grecia entre (800 A.C – 431 A.C) y a Roma (465 A.C – 492 D.C). Los griegos preocupados por el bienestar de su comunidad y su calidad de vida realizaban obras para estos fines, aunque no practicaban la caridad hacia los necesitados. Cuando Roma conquista a Judea en el año 63 A.C, entra en contacto con la tradición judía del diezmo dirigido a ayudar a los menesterosos. Con el nacimiento de Jesús de Nazaret y sus enseñanzas, lo que hoy en día conocemos OSFL reciben un ímpetu, el cual llega a nuestros días y aunque Flavio Claudio crea el vocablo filantropía (filo – amor, antro – hombre) o (caridad romana) para detener la expansión del cristianismo, pero no lo pudo hacer. Del siglo VI al XIII, la Edad Media, la religión acapara y monopoliza el ejercicio de la caridad, al extremo de convertir estas actividades en el vehículo de la salvación. El gobierno tenía un rol limitado y estaba sometido a la voluntad de la iglesia. De acuerdo a Burger (2001) la filantropía en tiempo “la filantropía en tiempos pre-modernos, siglo XIV, fue predominantemente un asunto de las iglesias y unos pocos individuos adinerados. El rol del gobierno

era limitado. Las OSFL pre-modernas operaban principalmente las áreas clásicas de acción de este sector: alivio de los pobres, cuidado de salud y educación, a veces combinando estas funciones.

Durante la Edad Moderna, del siglo XV al XVIII la filantropía comienza a dejar a un lado la inclinación o motivación religiosa para transformarse en una actividad más utilitarista esta tendencia continua hasta nuestros días, donde la filantropía busca resolver los problemas de forma metódica y organizada empleando buenas prácticas de administración. En la actualidad se conoce a las OSFL como el tercer sector por su influencia en el desarrollo de todos los aspectos sociales alrededor del mundo. (Maza, J. (2012) “Auditoría financiera de una organización sin fines de lucro para identificar el origen y asignación de sus recursos con aplicación práctica a la federación de centros AWÁ del Ecuador - FCAE. Proyecto bosques y territorios” (Tesis de pregrado) Universidad Central del Ecuador, Ecuador.

## **1.2 Definición de organizaciones sin fines de lucro**

Una organización no gubernamental (ONG) es cualquier grupo no lucrativo de ciudadanos voluntarios, que está organizada a nivel local, nacional o internacional, con tareas orientadas y dirigidas por personas con un interés común. Las ONG realizan una variedad de servicios y funciones humanitarias, llevan los problemas de los ciudadanos a los Gobiernos, supervisan las políticas y alientan la participación de la comunidad. Proveen de análisis y experiencia, sirven como mecanismos de advertencia temprana y ayudan en la supervisión e implementación de acuerdos internacionales. Algunas están organizadas sobre temas específicos, tales como los derechos humanos,

educación, alimentación, vivienda, el medio ambiente, salud, infancia, tercera edad, minusválidos, etc. (Maza, J. (2012) “Auditoría financiera de una organización sin fines de lucro para identificar el origen y asignación de sus recursos con aplicación práctica a la federación de centros AWÁ del Ecuador - FCAE. Proyecto bosques y territorios” (Tesis de pregrado) Universidad Central del Ecuador, Ecuador.

### **1.3 Tipos de organizaciones sin fines de lucro**

En la Constitución del Ecuador, el Decreto Ejecutivo No. 16, en su artículo 12 establece que las personas naturales y jurídicas con capacidad civil para contratar se encuentran facultadas para constituir corporaciones y fundaciones con finalidad social y sin fines de lucro, en ejercicio del derecho constitucional de libre asociación con fines pacíficos.

El decreto menciona como clases de organizaciones sociales con finalidad social y sin fines de lucro las siguientes:

#### **1.3.1 Corporaciones**

Son corporaciones las entidades de naturaleza asociativa, estable y organizada, conformadas por un número mínimo de cinco miembros, expresadas mediante acto constitutivo, colectivo y voluntario de sus miembros, cuya personalidad jurídica se encuentre aprobada y registrada por la institución competente del Estado, de conformidad con la ley y el Reglamento para el Funcionamiento del Sistema Unificado de Información de las Organizaciones Sociales y Ciudadanas (SUIOS).

Sin perjuicio de lo establecido en la Constitución, la ley y lo que prescriban sus estatutos, las corporaciones tendrán como finalidad, la promoción y búsqueda del bien común de sus miembros, del bien público en general o de una colectividad en particular. Para efectos estadísticos y de clasificación, las corporaciones son de primer, segundo y tercer grado.

#### **1.3.1.1 Corporaciones de primer grado**

Son aquellas que agrupan a personas naturales con un fin delimitado, tales como: asociaciones, clubes, comités, colegios profesionales y centros.

#### **1.3.1.2 Corporaciones de segundo grado**

Son aquellas que agrupan a las de primer grado o a personas jurídicas; como las federaciones, cámaras o uniones.

#### **1.3.1.3 Corporaciones de tercer grado**

Son aquellas que agrupan a las de segundo grado, como confederaciones, uniones nacionales y organizaciones similares.

### **1.3.2 Fundaciones**

Estas organizaciones buscan o promueven el bien común de la sociedad, incluyendo las actividades de promocionar, desarrollar e incentivar dicho bien en sus aspectos sociales, culturales,

educacionales, así como actividades relacionadas con la filantropía y beneficencia pública.

### **1.3.3 Otras formas de organización social nacionales o extranjeras**

Las otras formas de organización social, nacionales o extranjeras, que se rigen por sus propias leyes, tales como: comunas, juntas de agua, juntas de regantes, las de economía popular y solidaria, etc.

### **1.3.4 Organizaciones con fines de gestión o control social**

Las organizaciones con fines de gestión o control social constituidas por instituciones o funciones del Estado, tales como veedurías ciudadanas, observatorios, etc. (Constitución del Ecuador, 2013.)

## **1.4 Responsabilidad de las organizaciones sin fines de lucro para con sus públicos.**

### **1.4.1 Donadores**

La organización tiene la obligación de informar constantemente a los donadores, acerca de la canalización apropiada de las donaciones realizadas, para que se construya una relación de confianza de la organización sin fines de lucro con sus donadores. Ya que los donadores quieren saber y estar seguros de que sus contribuciones están siendo utilizadas para la causa en cuestión, y no para la administración de la institución, dada la naturaleza de autogestión de estas organizaciones.

Es por eso que la organización debe elaborar planes específicos para todo tipo de donadores: frecuentes, esporádicos y por impulso. (Wilcox, 2007.)

#### **1.4.2 Gobierno**

Este sector participa de programas de desarrollo comunitario, por lo que se debe atender las áreas que el gobierno abarca en cuanto a la ayuda social, para que de este modo las necesidades comunitarias se vean cada vez mejor atendidas. Tanto el gobierno y las organizaciones sin fines de lucro deben trabajar en conjunto para que se cumpla el fin social para el que se está trabajando. Para la consecución del poder de convocatoria las organizaciones sin fines de lucro deben tomar en cuenta en sus planes al gobierno y diseñar conjuntamente un plan de acción para abordar la necesidad que están atendiendo en conjunto. (Wilcox, 2007.)

#### **1.4.3 Patronato**

Algunas de las organizaciones sin fines de lucro, cuentan con el respaldo de un patronato que les brinda los parámetros como políticas, objetivos, estrategias, dirigir, evaluar y controlar el rumbo de estas. La función del patronato es equivalente a la de una administración.

Pero existen organizaciones de lucro que funcionan sin patronatos, y como administradores tiene a los miembros de la familia de los fundadores. Para las organizaciones que trabajen con un patronato, es su obligación tratar a los miembros de esta como si fueran los dueños, acatando todo tipo de políticas que estos manifiesten. (Wilcox, 2007.)



#### **1.4.4 Grupo Objetivo**

Son los beneficiarios ya quienes están dirigidos los esfuerzos de la organización preestablecida. A pesar de contar con recursos limitados estas organizaciones tratan tener el mayor impacto posible. Por lo que es importante cuantificar y graficar constantemente los beneficios obtenidos por los beneficiarios de la organización. Se debe tener detallado un plan de acción en el que se contemple n organizaciones sociales, privadas y gubernamentales, ya que debe ser periódico el monitoreo del impacto social y la modificación del comportamiento social. (Wilcox, 2007.)

#### **1.4.5 Comunidad**

Se lo determina como un inquisidor del comportamiento de estas instituciones, por lo que se les debe informar constantemente acerca de los planes de acción y logros de las mismas. Para lo que se debe trazar un plan de acción exclusiva para mantener informada a la sociedad e invitarla también a que participe de los proyectos que se realizan. (Wilcox , 2007.)

### **1.5 Las organizaciones sin fines de lucro en el Ecuador.**

#### **1.5.1 Antecedentes**

El desarrollo de la Sociedad Civil en el Ecuador se puede calificar como reciente. Hasta inicios del siglo XX la mayor parte de las relaciones políticas y sociales estaban centradas en las instituciones de la familia, la Iglesia, la hacienda y la corporación gremial Solo después de la revolución liberal en 1895 y con los inicios del desarrollo de un

Estado laico a comienzos del siglo XX, se comenzó a formar un embrión de clase media urbana y a darse el desarrollo de las primeras organizaciones sociales independientes del Estado, de la Iglesia o de las familias extensas consanguíneas.<sup>4</sup> En la ciudad de Guayaquil se forman los primeros sindicatos modernos y las primeras asociaciones de beneficencia empresariales, tales como la Junta de Beneficencia de Guayaquil. Se desarrolla una significativa urbanización a partir de 1950 y una vez que el sistema de hacienda fue desmontado por el proceso de reforma agraria en 1954 fue posible hallar un verdadero desarrollo de la complejidad social y de la división del trabajo, que son condiciones a priori para el desarrollo de un espacio público más allá de la familia, del mercado o del sector público. Durante el periodo del régimen militar nacionalista de 1972-79, se realizó el primer intento sistemático por desarrollar movimientos sociales independientes en el Ecuador. Pero, en este periodo, las Organizaciones de la Sociedad Civil aún se hallaban fuertemente vinculadas a un sindicalismo obrero minoritario y circunscrito a dos o tres grandes ciudades, o a iniciativas estatales que buscaban movilizar a la población “desde arriba” mediante la promoción de mecanismos participativos controlados por el sector público o basadas en organizaciones de empleados públicos o dependientes de empresas del sector estatal. Adicionalmente, el ascenso del populismo (que ya venía desde los años treinta del siglo XX), orientó a una enorme cantidad de grupos y esfuerzos en la construcción de máquinas electorales de tipo clientelar y al desarrollo de redes patrimonialistas de poder, que reemplazaron a las

Organizaciones de la Sociedad Civil o bloquearon su desarrollo. A partir de fines de los años 70's, surgen algunas nuevas formas de acción ciudadana. En primer lugar, no debe subestimarse el papel que cumple la reforma agraria en liberar a gran parte de la población indígena campesina de sus lazos de dependencia de los grandes hacendados. En segundo término, la urbanización acelerada por las rentas del petróleo permite el desarrollo de una creciente clase media profesional; y, finalmente, la acción de algunas ONG, de la asistencia técnica y la cooperación internacionales; da pie y favorecen el surgimiento de los primeros embriones de los "nuevos movimientos sociales". 5 Entre estos Nuevos Movimientos Sociales adquiere, a partir de los años 80's un creciente peso y notoriedad el movimiento indígena. De esta forma, se puede decir que es solo en los últimos veinticinco años cuando se desarrolla el surgimiento de una verdadera y completa Sociedad Civil, y es solo en dicho periodo que adquieren verdadera carta de ciudadanía algunos movimientos ciudadanos; con especial importancia de aquellos vinculados a la defensa de minorías étnicas discriminadas, de medio ambiente y, por supuesto, el movimiento de mujeres, que adquiere importancia y notoriedad solo en este lapso. El desarrollo de la Sociedad Civil en el Ecuador desde 1990 ha estado afectado, por un contexto político y económico altamente conflictivo. Ecuador en dicho periodo se ha visto afectado por una economía estancada, por una fuerte crisis financiera en 1999/2000, y por procesos de des institucionalización política como la degradación del Estado de Derecho, el galopante aumento de la corrupción y un

creciente desencanto de amplios y cada vez más mayoritarios segmentos de la población con respecto a las instituciones democráticas. (Maza, J. (2012) “Auditoría financiera de una organización sin fines de lucro para identificar el origen y asignación de sus recursos con aplicación práctica a la federación de centros AWÁ del Ecuador - FCAE. Proyecto bosques y territorios” (Tesis de pregrado) Universidad Central del Ecuador, Ecuador.

**1.5.2 Organizaciones sin fines de lucro que integran a Confederación Ecuatoriana de OSC.**

| <b>Provincia</b> | <b>Entidad</b>  | <b>Total</b> |
|------------------|---|--------------|
| Azuay            | Sendas<br>Euro Work   | 2            |
| Cañar            | Fundación Ecohomode   | 1            |
| Chimborazo       | Progedeso   | 1            |
| Cotopaxi         | Servicios Integrados para el Desarrollo (SIDE)  | 1            |
| El Oro           | Fundación Pridec  | 1            |
| Galápagos        | FUDAR   | 1            |
| Guayas           | Unión Nacional de Mujeres del Ecuador (UNME), Observatorio Ciudadano Servicios Públicos (OCSP), Movimiento Mi Cometa, ICW Ecuador, Fundación Serpaz, FPP, Fundación Junto con los Niños Juconi, Fundación Ecuador, Fundación Bosques para la Vida, Fundación Bellamado, Fundación Participación Social para el Desarrollo Humano, Fundación A.E.I, Corporación GES. | 13           |
| Imbabura         | Asociación Pregoneros de Libertad   | 1            |

|           |  |    |
|-----------|--|----|
| Loja      | Fundación Ecuamundo  | 1  |
| Manabí    | UCAPEZA, ACJ   | 2  |
| Napo      | ACOKI  | 1  |
| Pichincha | Grupo Faro, Servicio Paz y Justicia, Instituto Eina, Fundación Tierra Nueva, Fundación Semilla Ambiental, San Francisco Global, Altrópico, Fundación Nuestros Jóvenes , Fundación Metis, Fundación Inersalud, Fundación Hermano Miguel, Grupo RandiRandi, Futuro Latinoamericano, Fundación Esquel, FEDETA, Fundación Diagonal, FUDRINE, FUDELA, Fundación Avanti, Fundación AsylumAcces, Foro de ONG Salud, FEPP, Corporación Incluir, CMH Ecuador, CECIM, CIDES, CEDEAL, ACDEOCRACIA, Jóvenes para el Futuro, Cinemania. | 30 |

Tabla 1: Integrantes por provincias de la Confederación Ecuatoriana OSC

Elaborado por: Confederación Ecuatoriana OSC

### **1.5.3 Constitución de Organizaciones Sin Fines de Lucro en el Ecuador**

MIES (2013) afirma: El primer paso para constituir una organización con finalidad social sin fines de lucro es elaborar un estatuto, documento que incluye las normas y disposiciones con las cuales funcionará y a las que se someterá la organización social. De acuerdo al artículo 17.3 del Decreto Ejecutivo No. 16, un estatuto de una organización social sin fines de lucro debe incluir como mínimo los siguientes aspectos:

1. Denominación, ámbito de acción y domicilio de la organización.
2. Alcance territorial de la organización.
3. Fines y objetivos, en los que se manifieste si realizará o no actividades de voluntariado de acción social y desarrollo, o programas de voluntariado.
4. Estructura organizacional.
5. Derechos y obligaciones de los miembros.
6. Forma de elección de las dignidades y duración en funciones.
7. Atribuciones y deberes de los órganos internos: directiva, administradores y representante legal.
8. Patrimonio social y administración de recursos.
9. Deberes y atribuciones del órgano fiscalizador y de control interno.
10. La forma y las épocas de convocar a las asambleas generales.
11. Quórum para la instalación de las asambleas generales y el quórum decisorio.

12. Mecanismos de inclusión o exclusión de miembros, los mismos que deberán garantizar en todo momento el derecho al debido proceso.
13. Reforma de estatutos.
14. Régimen de solución de controversias.
15. Causales y procedimiento de disolución y liquidación.

Luego de elaborar el estatuto, las personas interesadas en la creación de la organización deberán convocar a una Asamblea General Constitutiva, encuentro en el cual se aprobará el estatuto elaborado, se elegirá una Directiva Provisional y además se elaborará el Acta de la Asamblea General Constitutiva. Este documento deberá ser suscrito por todos los miembros fundadores de la organización, y deberá incluir:

1. Nombre de la organización.
2. Nombres y apellidos completos, nacionalidad y número del documento de identidad de cada una de las personas que constituyen los miembros fundadores.
3. Voluntad de las personas que serán miembros fundadores de constituir la misma.
4. Fines y objetivos generales que se propone la organización.
5. Nómina de la Directiva Provisional.
6. Nombres, apellidos y número del documento de identidad de la persona que se hará responsable de realizar el trámite de legalización de la organización, número de teléfono, dirección de correo electrónico y domicilio donde recibirá notificaciones.



7. Indicación del lugar en que la organización social, en proceso de aprobación de la personería jurídica, tendrá su domicilio, con referencia de la calle, parroquia, cantón, provincia, número de teléfono, fax, o dirección de correo electrónico y casilla postal, en caso de tenerlos.

Posterior a esto, el representante de la organización deberá presentar una solicitud de aprobación del estatuto y de reconocimiento de la personalidad jurídica a la cartera de estado competente (por ejemplo Ministerios). Esta solicitud deberá ingresarse en el sitio web del Sistema Unificado de Información de las Organizaciones Sociales y Ciudadanas (SUIOS), adjuntando digitalmente (es decir escaneados) los siguientes documentos, debidamente certificados por el secretario de la Directiva Provisional de la organización:

1. Acta de la Asamblea General Constitutiva de la organización en formación, en la que conste la aprobación del estatuto y se incluyan los puntos antes mencionados.
2. Para el caso de que participen como miembros personas jurídicas de derecho privado, se deberá presentar además lo siguiente:
  - Actas de las asambleas certificadas por el secretario titular de cada organización social participante en las que conste la decisión de asociarse de sus miembros.
  - Nombres y apellidos completos, nacionalidad, número de documento de identidad y firmas respectivas del representante o representantes legales de las personas jurídicas participantes.

- Copia certificada del acuerdo ministerial o instrumento legal que acredite la personería jurídica de la organización social y de existir, la última reforma del estatuto, legalmente aprobada.
  - Copia certificada de la nómina de la directiva de las organizaciones participantes y del documento que acredite la representación legal de cada organización.
  - Las corporaciones y fundaciones deberán presentar el certificado de registro de las personas jurídicas participantes, emitido por el Registro Único de Organizaciones Sociales (RUOS).
  - Las compañías, empresas u otro tipo de asociación industrial o comercial, deberán presentar el certificado de cumplimiento de obligaciones emitido por la Superintendencia competente.
3. Adicionalmente, la organización en formación, deberá adjuntar el estatuto aprobado de la organización.
  4. Copia legible certificada del documento o documentos que acrediten el patrimonio de la organización social.
  5. Nómina de miembros fundadores indicando sus nombres y apellidos completos, nacionalidad, número de documento de identidad y domicilio de cada uno, a la que se adjuntará copia del documento de identidad y del certificado de votación de cada uno de los miembros fundadores.

Para la aprobación del estatuto y otorgamiento de la personalidad jurídica, se observará el siguiente procedimiento:

1. Como se destacó, la organización social ingresará la solicitud de aprobación del estatuto a través del sitio web del SUIOS, mediante oficio dirigido a la autoridad de la institución competente del Estado, adjuntando la documentación detallada escaneada en formato no modificable (por ejemplo archivo pdf o imagen). El sitio web del SUIOS verificará automáticamente que la documentación esté completa y emitirá un recibo de inicio de trámite.
2. La autoridad de la institución competente del Estado, reasignará inmediatamente el trámite al servidor público responsable, a través del Sistema de Gestión Documental del Estado.
3. El servidor público responsable revisará que la solicitud cumpla con los requisitos exigidos en el Reglamento para el Funcionamiento del Sistema Unificado de Información de las Organizaciones Sociales y Ciudadanas; que el estatuto no se contraponga al orden público y a las leyes; y emitirá un informe motivado a la autoridad competente, mismo que será puesto en conocimiento de la organización social requirente, dentro del término de quince días, contados a partir desde que se presentó la solicitud, a través del sitio web del SUIOS.
4. Si del informe se desprende que la solicitud cumple con los requisitos exigidos para el otorgamiento de la personalidad jurídica, la organización presentará físicamente la documentación original completa y certificada dentro del término de quince días, a fin de que sea validada y la autoridad competente proceda a la aprobación del estatuto y otorgamiento de la personalidad jurídica de la

organización social, dentro del término de los ocho días subsiguientes.

5. Si del informe se desprende que la solicitud no cumple con los requisitos para el otorgamiento de la personalidad jurídica, la autoridad competente concederá un término de veinte días para que la organización complete los requisitos establecidos en el Reglamento para el Funcionamiento del Sistema Unificado de Información de las Organizaciones Sociales y Ciudadanas y reingrese la documentación a través del SUIOS; el servidor público responsable revisará la información reingresada y dentro del término de quince días emitirá un nuevo informe. En caso de que la documentación presentada cumpla con los requisitos correspondientes, se procederá como se mencionó en el punto anterior.
6. Si por segunda ocasión, la solicitud no reúne los requisitos exigidos o no estuviere acompañada por los documentos requeridos, será negada, sin perjuicio de que la organización social presente con posterioridad una nueva solicitud. De igual manera se procederá en caso de que la organización social no presente los documentos en forma física dentro del término establecido de quince días.

## **2 CAPÍTULO II: APORTE ESTRATÉGICO DE LAS RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO**

**Se hablará sobre conceptos de algunos términos y como estos aportan estratégicamente a las instituciones, a su vez se dará una breve explicación de los inicios de la fundación “Tierra Nueva”**

### **2.1 Marco contextual**

#### **2.1.1 Comunicación Empresarial.**

Históricamente a partir de los años 1950, la empresa descubre la importancia del mercado, del cliente y desarrolla lo que la escuela de comunicación francesa conoce bajo el nombre de “función publicitaria”.

En 1960, emerge progresivamente la noción de imagen institucional: los pioneros de las relaciones públicas entran en escena e inician la estructuración de la “función relaciones exteriores”.

A finales de la década y bajo la influencia directa del mayo del 68 se produce un cambio significativo en las empresas que las conduce a tener en cuenta las nuevas aspiraciones y demandas de sus asalariados nace la “función comunicación interna”. (Baquero, 2001.) (Palomeque, 1997.)

### **2.1.2 Comunicación Interna- Externa.**

Las diferentes escuelas de la comunicación empresarial lo han venido señalado desde hace muchos años, sin comunicación interna no puede haber comunicación externa.

Y ello porque, por un lado, el personal, como sujeto activo-pasivo de la comunicación interna, conforma el propio concepto metonímico de “empresa”. Y, por el otro, porque como persona, incorpora en sí mismo a, como mínimo, dos elementos fundamentales en lo que a la configuración pública de su empresa se refiere: es un intermediario y es un líder de opinión.

Es un intermediario porque se sitúa entre su organización y su entorno.

Es un líder opinión, en cuanto parece evidente la capacidad de cualquier persona que trabaja en una empresa de influir en su entorno inmediato en cuanto a las opiniones vertidas sobre las actividades e su propia organización, siendo incluso irrelevante la ocupación real de esa persona en la empresa en cuestión. (Baquero, 2001.) (Palomeque, 1997.)

### **2.1.3 Comunicación Interna.**

Es aquella que se desarrolla en el interior de una determinada organización. Pero, en sí misma, la comunicación no es nada si no persigue, como cualquier otra actividad de la empresa, complementar la obtención del objetivo social de la misma.

En este sentido, la comunicación interna sería el mecanismo que permite que en una empresa o institución todo el mundo sepa por qué

hace su trabajo y, como consecuencia de ello, por qué lo hace de aquella manera y no de otra.

Existen canales en la comunicación interna y estos son:

- Ascendente; desde los puestos base hasta la dirección.
- Descendente; desde la dirección hasta los puesto base.
- Horizontal; en un mismo nivel jerárquico. (Baquero, 2001.)

(Palomeque, 1997.)

#### **2.1.4 Importancia de la comunicación interna en las organizaciones**

La comunicación interna es una herramienta estratégica clave de las organizaciones puesto que mediante un buen empleo de la información corporativa podemos transmitir correctamente a los empleados los objetivos y valores estratégicos que promueve la organización, lo cual genera una cultura de apropiación, fidelidad y sentido de pertenencia hacia la organización por parte de sus colaboradores que se siente motivado y valorado al tener claros y definidos los principios y retos a los que se enfrenta la organización

La comunicación dentro de las organizaciones siempre ha estado presente, puesto que mediante ella circula la información y se relacionan los colaboradores, jefes y gerentes, pero no en todas se tiene conciencia de la necesidad de implantar una comunicación interna óptima, continúa y dinámica de gestión de la información que involucre a todos los integrantes de la organización, como una respuesta estratégica a la complejidad de los cambios y desafíos.

Los colaboradores son el verdadero motor que mueve y produce los resultados de la organización, es indispensable hacerles sentir integrados con la filosofía de la organización mediante mensajes claros que inculquen los valores, visión, misión, y metas.

La estrategia de comunicación debe ser siempre bidireccional, esto quiere decir que se debe entablar un diálogo constante entre mandos bajos o altos, y no pensar que los primeros solo reciben órdenes o escuchan información, se necesita una interacción constante y colaborativa entre colaboradores y jefes.

Teniendo claros los aspectos que se debe incluir en una estrategia de comunicación, el siguiente paso es establecer los canales para hacerla efectiva. Los métodos tradicionales como las carteleras, las convenciones anuales o semestrales, las circulares y las reuniones informativas son siempre válidos para conseguir los objetivos establecidos pero además nos podemos apoyar en otras herramientas más innovadoras y en línea con la época actual de las tecnologías de la información.

El establecimiento de una red interna de comunicación, o intranet, o la realización de vídeo conferencias son recomendables por su inmediatez y por la posibilidad de interacción que permite una motivación de los colaboradores, moderna y eficaz. Las revistas internas también son un método interesante, efectivo y dinámico que permite incluir la colaboración de los empleados y que si se elaboran con rigurosidad generan una fiabilidad y credibilidad entre la organización que



permiten difundir información de todo tipo sobre la empresa, beneficios para los colaboradores y las últimas novedades acerca del campo de acción de la compañía.

### **2.1.5 Clima Organizacional**

Definir el concepto de clima organizacional implica tratar algunos componentes o determinaciones y de esta manera se dará un concepto global de la organización:

- Ambiente físico: comprende el espacio físico, las instalaciones, los equipos instalados, el color de las paredes, la temperatura, el nivel de contaminación, entre otros.
- Características estructurales: como el tamaño de la organización, su estructura formal, el estilo de dirección, etcétera.
- Ambiente social: que abarca aspectos como el compañerismo, los conflictos entre personas o entre departamentos, la comunicación y otros.
- Características personales: como las aptitudes y las actitudes, las motivaciones, las expectativas, etcétera.
- Comportamiento organizacional: compuesto por aspectos como la productividad, el ausentismo, la rotación, la satisfacción laboral, el nivel de tensión, entre otros.

El clima organizacional, por tanto, es el resultado de la interacción entre las características de las personas y de las organizaciones.<sup>1</sup>

Los factores y estructuras del sistema organizacional producen un clima determinado en dependencia de la percepción de estos por parte de sus miembros. El clima resultante induce a los individuos a tomar determinados comportamientos. Estos inciden en la actividad de la organización y, por tanto, en su sentido de pertenencia, la calidad de los servicios que prestan, así como en su efectividad, eficiencia, eficacia, impacto social y en el desempeño general de la organización. (ACIMED, 2009).

### **2.1.6 Cultura Organizacional**

La cultura organizacional comprende las conductas, creencias y valores compartidos por los miembros de la organización.

La cultura abarca una serie de significados compartidos por una gran parte de los miembros de la organización que los diferencia de otras.

- Identidad de los miembros: si los individuos se identifican más con la organización, su trabajo, su puesto o su disciplina.
- Énfasis de grupo: si las actividades se organizan en grupo o si las realizan individuos aislados.
- Perfil de la decisión: si la toma de decisiones prioriza las actividades o los recursos humanos.
- Integración: si las unidades funcionan en forma coordinada o independiente.
- Control: si existe una tendencia hacia una reglamentación excesiva o se orienta hacia el autocontrol.

- Tolerancia al riesgo: si se fomenta o no la creatividad, la innovación, la iniciativa y el ímpetu para acometer la realización de las tareas, etcétera.
- Criterios de recompensa: si se basan fundamentalmente en el rendimiento o en el favoritismo, la antigüedad u otros factores.
- Tolerancia al conflicto: si se fomenta o no el conflicto funcional como elemento del desarrollo organizacional.
- Perfil de los fines o medios: si la gerencia prioriza los fines o los medios para llegar a ellos.
- Enfoque de la organización: si la gerencia se orienta hacia el mundo exterior o hacia lo interno de la organización.

Un clima organizacional apropiado y una cultura colectiva avanzada facilitan que se generen compromisos más allá de los intereses personales, lo que redundará sin dudas en beneficio de toda la organización, en el desarrollo de una organización con una alta calidad de vida para el trabajador. Esto, a la vez, produce una gran estabilidad social dentro de la organización, porque los individuos se sienten a gusto con su trabajo, y serán, sin dudas, más productivos. Las recompensas y reconocimientos deben ser el resultado de los aportes y esfuerzos realizados, de la solidaridad y la capacidad de compartir e integrarse mostradas. En consecuencia, clima y cultura organizacional se encuentran estrechamente interrelacionados y son parte de un mismo sistema donde un cambio en una de ellas afecta a la otra y viceversa. (ACIMED, 2009).

### **2.1.7 Motivación.**

La motivación son los estímulos que mueven a la persona a realizar determinadas acciones y persistir en ellas para su culminación. Este término está relacionado con el de voluntad y el del interés. Las distintas escuelas de psicología tienen diversas teorías sobre cómo se origina la motivación y su efecto en la conducta observable. La motivación, en pocas palabras, es la Voluntad para hacer un esfuerzo, por alcanzar las metas de la organización, condicionado por la capacidad del esfuerzo para satisfacer alguna necesidad personal.

La motivación es, probablemente, uno de los fenómenos más complejos del ser humano.

Aplicado al mundo de la empresa, el estudio de la motivación agudiza su complejidad hasta límites insospechados. Autores de todo el mundo han enunciado teorías y desarrollado técnicas sobre la motivación aplicada a las organizaciones. Desde la famosa pirámide de Maslow, necesidades de pertenencia y amor, necesidades seguridad y estabilidad, necesidades de estimación, necesidades autorrealización. Como elemento motivador de Herzber, el famoso experimento de Rosenthal.

La comunicación como elemento guía del conocimiento de la realidad y, por tanto, de coherencia con la actividad requerida en el mundo de la empresa.

La existencia de relaciones informales basadas en la cordialidad y el afecto resulta positiva en la motivación y el rendimiento. Estas

relaciones generan canales y mensajes de comunicación informal que, según algunos autores pueden llegar a superar más del 50% de la comunicación que fluye en las organizaciones. Se trata de un tipo de comunicación basada en un sistema de redes no establecido formalmente ni pretendiendo de forma intencionada por la empresa, en el cual los mensajes incorporan contenidos emocionales a la información racional y se transmiten por canales más rápidos que la comunicación formal. Con frecuencia los mensajes no fluyen indistintamente por la organización, sino que son transmitidos en redes de comunicación o grupos que comparten valores, roles profesionales, niveles de ingresos, o similitud sociocultural. Todas estas características hacen que se trate de una forma de expresión más espontánea que la formal y, por ello, más satisfactorio para los trabajadores. (Baquero, 2001.) (Palomeque, 1997.)

### **2.1.8 Relaciones Públicas**

Relaciones Públicas traducción de la expresión anglosajona “public-relations”. Actividad profesional, cuyo fin es, mediante gestiones personales, o en el empleo de las técnicas de difusión y comunicación permita establecer y mantener líneas de comunicación , comprensión, aceptación y cooperación mutuas entre una organización y sus públicos ; implica la resolución de problemas; ayuda a los directivos a estar informados y poder reaccionar ante la opinión pública; define y destaca la responsabilidad de los directivos que deben servir el interés público; ayuda a la dirección a mantenerse al día y a utilizar los cambios de forma efectiva, sirviendo como un sistema de alerta para

ayudar a anticipar las tendencias ; utiliza la investigación como herramienta fundamental.

Las relaciones públicas consisten en la dirección y un esfuerzo deliberado, planificado y continuo para establecer y mantener relaciones estratégicas y una comprensión mutua entre una organización y sus grupos de interés internos y externos. (Wilcox, 2007.)

### **2.1.9 Papel de las Relaciones Públicas**

Las Relaciones Públicas pretenden mejorar las relaciones entre la organización y sus públicos. Cualquier intento eficaz para mejorar estas relaciones debe basarse en una buena formación del profesional de relaciones públicas en todas las áreas de ciencias sociales.

Es importante el intercambio con otras áreas como La publicidad y el marketing que si bien persiguen fines comerciales, debe existir una coherencia entre los mensajes emitidos desde la organización hacia sus públicos desde los distintos prismas.

Como función directiva de las relaciones públicas engloban los siguientes puntos:

- Anticipar, analizar e interpretar la opinión pública, actitudes y asuntos que pueden tener repercusión, en sentido positivo o negativo, en la operaciones y planes de la organización
- Aconsejar a todos los niveles de dirección de la organización respecto a las decisiones estratégicas, líneas de conducta y comunicación tomando en consideración su complejidad y la

responsabilidad de la organización ante los ciudadanos o la sociedad.

- Investigar, dirigir y evaluar una base de continuidad programas de acción y comunicación para conseguir la comprensión de un público informado, necesario para el éxito de los objetivos de la organización.
- Planificar e implantar las acciones de la organización para influir o cambiar la política pública.
- Fijar objetivos, planificar, presupuestar, contratar y formar personal, desarrollar servicios, en definitiva, gestionar los recursos necesarios para que todo funcione.

Las relaciones públicas actúan, así, en todos los sectores sociales, tanto en el empresarial el sector público y el sector sin ánimo de lucro. (Wilcox, 2007.)

#### **2.1.10 Elementos de las Relaciones Públicas**

Entre los elementos claves están:

- Asesoría, ofrece consejos a los directivos respecto a políticas, relaciones y comunicaciones.
- Investigación, define las actitudes y comportamientos con el fin de planificar las estrategias de relaciones pública. Esta investigación y análisis puede utilizarse para crear una comprensión mutua o influir y persuadir al público.

- Relaciones con los medios de comunicación, trata con los medios de masas cuando se busca publicity o para que actúen en función de los intereses de la organización.
- Publicity, divulga mensajes planificados en forma de información periodística a través de medios de comunicación elegidos para fomentar los intereses de la organización.
- Relaciones con los trabajadores/miembros, sirve para responder a las preocupaciones, necesidad de información y de motivación de los trabajadores o empleados de una organización.
- Relaciones con la comunidad, planifica actividades con la comunidad para mantener un entorno mutuamente beneficioso, tanto para la organización como para la propia comunidad
- Asuntos públicos, desarrolla una participación efectiva en la política pública y ayuda a la organización adaptarse a la expectativas del público. Este término también se utiliza por agencias públicas para describir sus actividades de relaciones públicas y por muchas corporaciones como término genérico que abarca múltiples actividades de relaciones públicas.
- Asuntos gubernamentales, relaciones directas con las agencias legislativas y reguladoras en nombre de la organización. Como parte del programa de asuntos gubernamentales se puede utilizar las técnicas de los grupos de presión, el denominado lobbying.
- Resolución o gestión de conflictos potenciales (ISSUES MANAGMENT), identificación y resolución e diversas cuestiones que puedan afectar a la organización.



- Relaciones financieras, creación y mantenimiento de la confianza de los inversores y creación de buenas relaciones con la comunidad financiera. También se lo conoce como relaciones con los inversores o relaciones con los accionistas.
- Desarrollo y obtención de fondos, demostración de la necesidad y fomento del apoyo público, a la organización, sobre todo mediante contribuciones financieras.
- Comunicaciones de marketing, combinación de actividades diseñadas para vender un producto, servicio o idea, incluyendo publicidad, material entregado a la prensa, publicity, promoción, correo directo, los espectáculos comerciales y los acontecimientos especiales. (Wilcox, 2007.)

#### **2.1.11 Relaciones Públicas en las organizaciones no lucrativas**

La comunicación es fundamental para el éxito de estas organizaciones. Dado que estos grupos tienen una orientación no lucrativa, la labor de relaciones públicas que requieren difiere de algún modo de la del empresarial.

Toda organización de voluntarios debería establecer su propio conjunto de fines de relaciones públicas. Al hacerlo, la dirección de la institución prestaría una mayor atención a los consejos de los especialistas de relaciones públicas, dado que están formados para percibir las actitudes del público y son responsables de alcanzar los logros que marcan esos fines.

Las organizaciones no lucrativas deberían diseñar un programa de relaciones públicas atendiendo a los siguientes objetivos fundamentales:

- El conocimiento del público, proporciona canales organizados para estimular el interés del público por las organizaciones no lucrativas, y suelen ser receptivos al material de interés informativo que éstas le facilitan.
- Uso de los servicios, muy ligado a la cuestión de la creación de conciencia pública está el problema de inducir a los individuos y familias a usar los servicios que la organización pone a su disposición.
- Creación de materiales formativos, los representantes de relaciones públicas e las organizaciones no lucrativas dedican buena parte de su tiempo a preparar materiales escritos y audiovisuales, fundamentales en cualquiera de sus programas. Algo especialmente importante para las organizaciones del ámbito de la salud.
- Captar y formar a voluntarios.
- Obtener fondos para financiar las actividades de la organización.

(Wilcox, 2007.)

Cada vez más la credibilidad y seriedad está impactando en la imagen de las organizaciones no lucrativas, siendo esta su carta de presentación con la que no solo genera una buena voluntad hacia las funciones que desempeña y al propio organismo, sino que es la herramienta utilizada para generar ingresos y la participación activa de las personas. En este punto, las relaciones públicas para actividades sin fines de lucro, son

hoy una disciplina esencial para optimizar la administración y el sustento de toda entidad sin fin de lucro.

Las actividades de relaciones públicas pueden ser innumerables para este tipo de entidades, pues van desde las actividades sociales para recaudar fondos, búsqueda de patrocinios, historias de éxito hasta una relación activa constante con los medios de comunicación. Por ello, la importancia de desarrollar un plan estratégico de relaciones públicas de forma y dirección a todos los mensajes a difundir para ganar no sólo el aprecio de la sociedad, sino también su apoyo para alcanzar los objetivos filantrópicos y beneficiar realmente el sector al que se han dirigido.

Los medios de comunicación dentro de las actividades de organismos no lucrativos deben formar parte de las tácticas continuas en relaciones públicas, pues es bien sabido que la mayor parte de la información que recibimos día a día, proviene de lo generado a través de los medios de comunicación y una premisa más es que la mayor parte de las ocasiones, nuestras decisiones y acciones están fundamentadas en lo percibido a través de medios.

Es por esto que las relaciones con los medios constituyen para las entidades no lucrativas, un área estratégica a considerar y con ello, mantener presencia e imagen constante que les permita no sólo no ser olvidados por su público objetivo, sino mantenerlos en un lugar preferencial dentro de su toma de decisiones.

### **2.1.11.1 Relaciones Públicas en hospitales.**

Desempeña dos papeles específicos; fortalecer y mantener la percepción pública de la institución con un lugar donde la habilidad médica, la sensibilidad y eficiencia son de primordial importancia y ayudar a comercializar el cada vez más numeroso conjunto de servicios del hospital.

Los públicos de los hospitales, dado que los hospitales venden un producto (una mejor salud), existen ciertos paralelismos entre los objetivos de sus relaciones públicas y los de las empresas. Ambos se centran en varios públicos externos e internos, ambos se ven involucrados en asuntos públicos y en cuestiones legislativas, puesto que operan bajo una gran cantidad de regulaciones gubernamentales y ambos reconocen la importancia de las relaciones con el consumidor.

Los programas de relaciones públicas de los hospitales tienen cuatro públicos básicos, pacientes, personal médico y administrativo, medios de comunicación y la comunidad en general. Estos cuatro públicos, cada uno requiere de un enfoque especial. (Wilcox, 2007.)

## **2.2 Marco Institucional**

### **2.2.1 Fundación Tierra Nueva**

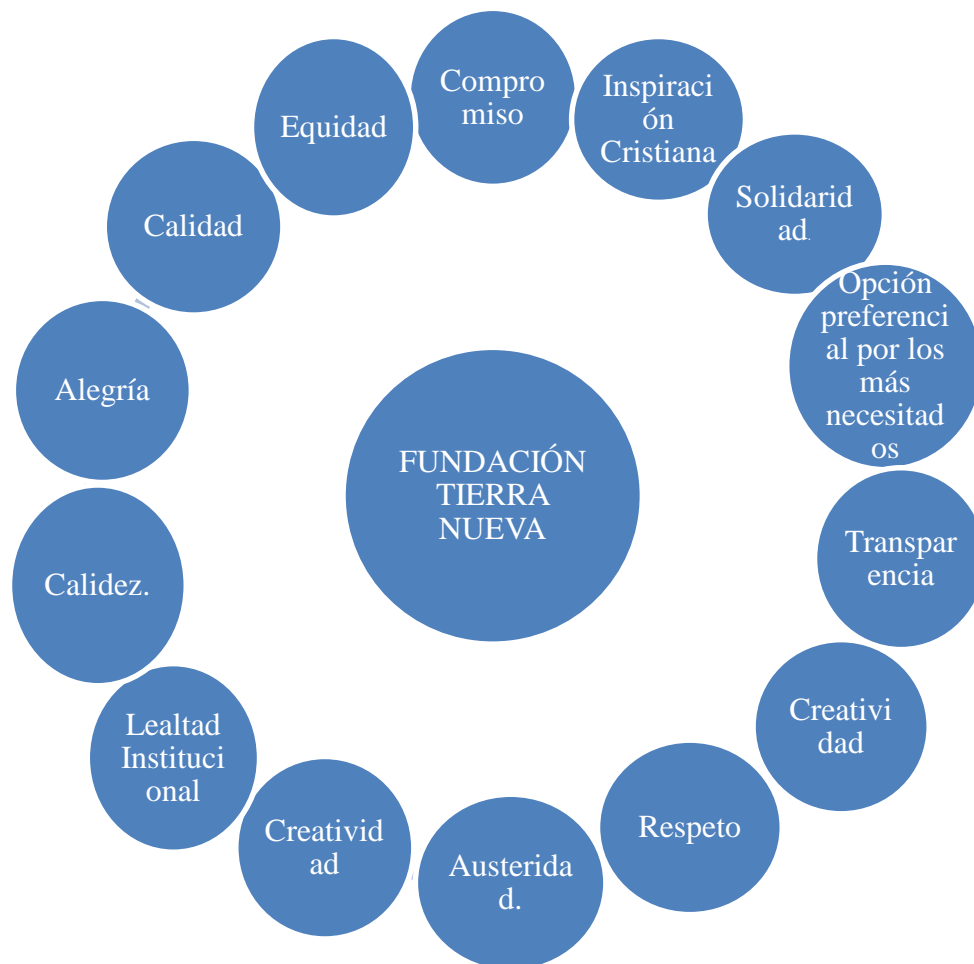
#### **2.2.1.1 Misión**

Brindar servicios de protección, educación y salud; de calidad y calidez con un trato digno y oportuno a los grupos prioritarios, garantizando su buen vivir. A través de una gestión moderna, innovadora y

comprometida con la espiritualidad de su fundador el Padre José Carollo.

### 2.2.1.2 Visión

Una fundación institucionalmente consolidada, auto sostenible, con alta credibilidad; un referente que presta servicios de calidad y eficientes, con énfasis a los grupos de atención prioritaria en las áreas de protección social, educación y salud con calidez y humanismo.



### 2.2.1.3 Valores Institucionales

Gráfico 1: Valores Institucionales “Fundación Tierra Nueva”

Elaborado por: Johanna Veloz

### 2.2.1.4 Cumplimiento de la Misión y Visión

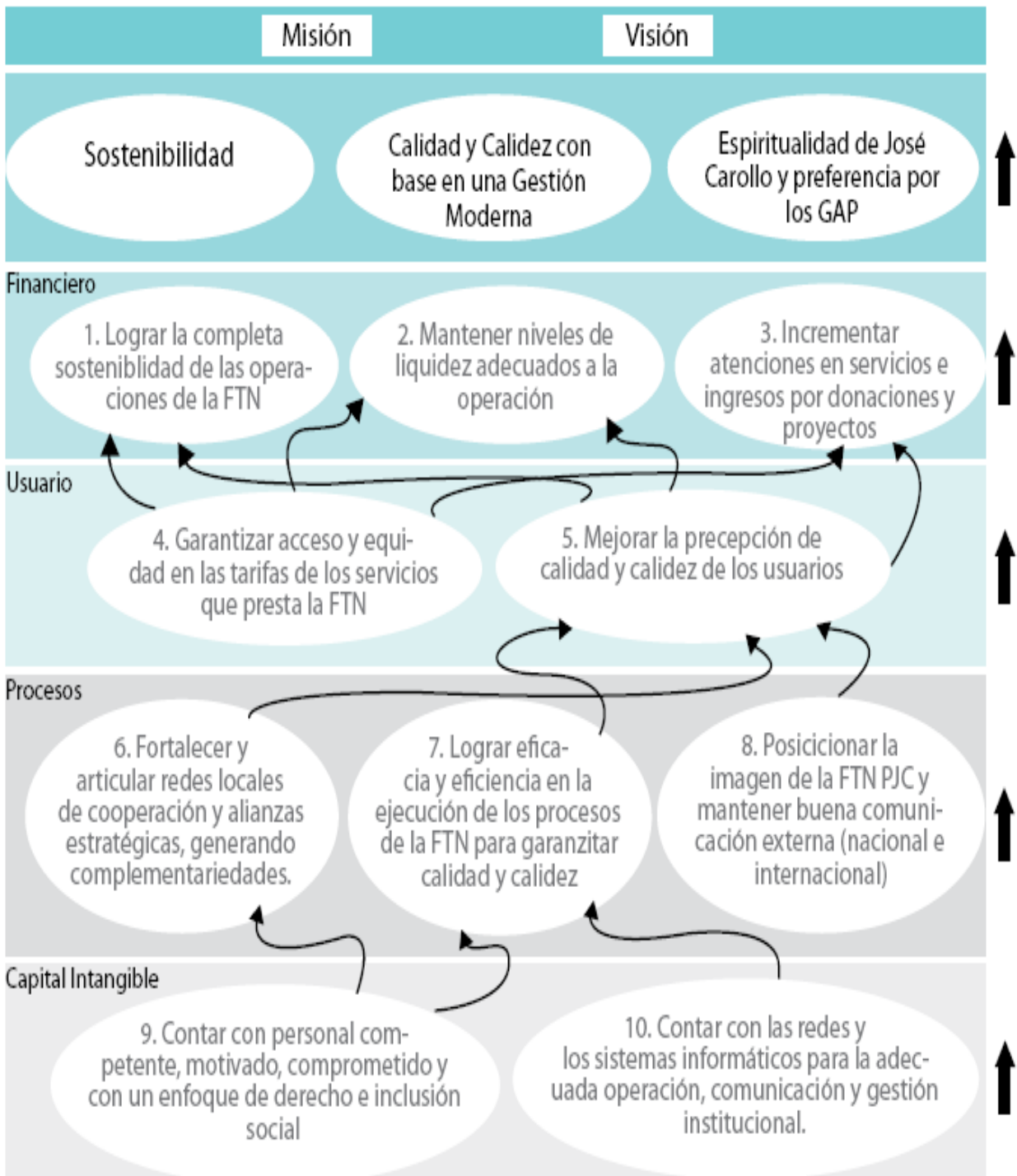


Gráfico 2: Proceso de cumplimiento “Fundación Tierra Nueva”

Elaborado por: “Fundación Tierra Nueva”

### 2.2.1.5 Organigrama

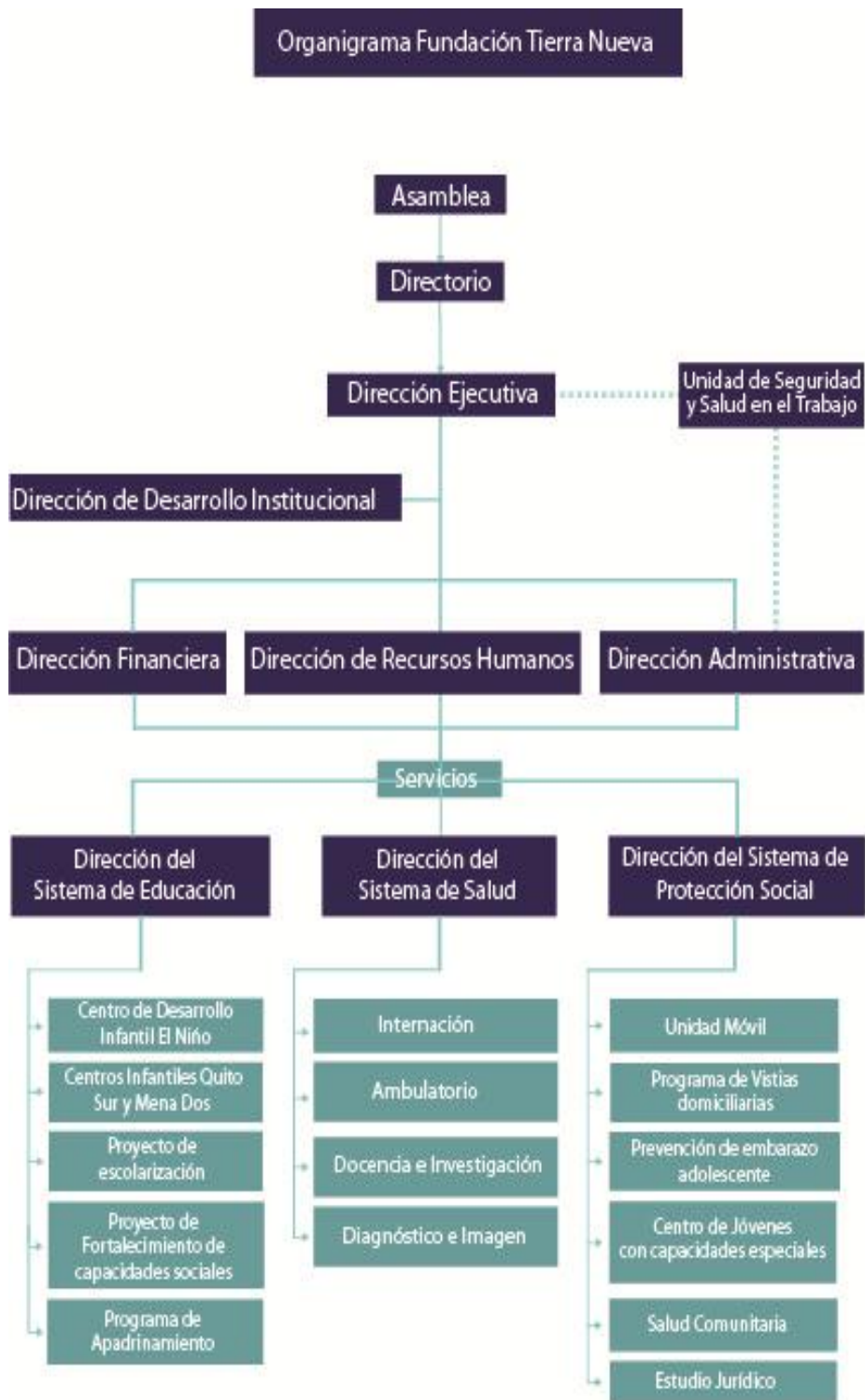


Gráfico 3: Organigrama Institucional “Fundación Tierra Nueva”

Elaborado por: “Fundación Tierra Nueva”

### **2.2.1.6 Historia Institucional.**

El principal sueño del Padre José Carollo fue darle una oportunidad de tener una vida digna a todos los habitantes del sur de Quito. Esa fue la razón principal para que dejara su parroquia en El Girón, norte de la ciudad, y se estableciera en la parroquia Cristo Resucitado del sector Quito Sur.

El padre Carollo en su incansable tarea de ayudar a los más pobres construyó numerosas obras (más de 200) entre iglesias, casas y salones parroquiales, casas para las hermanas, centros juveniles, canchas deportivas, guarderías, centros médicos, varias dependencias de la Universidad Politécnica Salesiana, casas para familias indigentes, el Instituto Médico Tierra Nueva, la Cooperativa Maquita Cushunchic con el supermercado, el Centro de Desarrollo Integral y el Hospital Un Canto a la Vida.

La Fundación Tierra Nueva tiene a su cargo la gestión de todos los proyectos y sistemas creados por el Padre Carollo, sobre todo su más grande anhelo, el Hospital Un Canto a la Vida.

Aquí algunos homenajes que recibió el Padre Carollo por su labor social desde el 2004 hasta el 2006 en las siguientes distinciones:

- Mención de Reconocimiento y Mención Honorífica de Caballero de la Ilustre Municipalidad de Jama.
- Placa de Reconocimiento por la labor social de la Cámara de Industriales de Pichincha.



- Mención Corona de la Paz de la Federation for World Peace Internacional.
- Placa de Reconocimiento de la Municipalidad de Quito.
- Personaje del Año del Programa “La Televisión”.
- Mención al Mérito Provincial del Gobierno de la Prefectura de Pichincha.
- Caballero de la Nación, del Presidente de la República del Ecuador.
- Orden de la Estrella de la Solidaridad Italiana, del Presidente de la República de Italia.
- Auditorio Padre Carollo designado así en la Universidad Politécnica Salesiana Campus Sur de Quito.

### **3 CAPITULO III: ESTADO ACTUAL DE LA FUNDACIÓN “TIERRA NUEVA”**

**La investigación es lo fundamental dentro del trabajo de un Relacionista Público, el siguiente capítulo explicará paso a paso la investigación que se realizó con el personal de la Fundación “Tierra Nueva”.**

#### **3.1 Metodología**

##### **3.1.1 Unidad de Análisis**

El presente estudio contempla como unidad de análisis: al personal de la Fundación Tierra Nueva y el manejo de donantes dentro de la misma.

##### **3.1.2 Población**

Personal de cada área que se encuentra trabajando dentro de la Fundación Tierra Nueva y el departamento que se encarga del manejo de donantes en la actualidad.

##### **3.1.3 Muestra**

Se seleccionara al personal que tenga estabilidad laboral mínima de un año y este bajo dependencia laboral dentro de la Fundación Tierra Nueva.

También es importante tomar en cuenta al personal que está encargado del proceso y manejo de Donantes.

Se escoge al personal con estas características por la experiencia que han obtenido en su tiempo de trabajo, de esta manera los resultados

que arrojará la investigación propuesta serán verídicos y evidenciales por las vivencias de cada uno de ellos.

### **3.1.4 Objetivos de la Investigación**

#### **3.1.4.1 Objetivo General**

- Diagnosticar el estado actual de la comunicación a nivel interno en la fundación y a su vez conocer el proceso de alianzas estratégicas para obtener donativos.

#### **3.1.4.2 Objetivos Específicos**

- Establecer la percepción que tiene los colaboradores de la Fundación “Tierra Nueva”, respecto a los canales de información que se maneja entre mandos.
- Determinar los flujos relacionales que los coordinadores mantiene con sus colaboradores.
- Conocer cómo se está manejando el proceso de donantes en la Fundación “Tierra Nueva”.

### **3.1.5 Tipo de Investigación**

Para el presente estudio se utilizará el tipo de investigación cuantitativa, cualitativa y observacional.

Cuantitativa, por su extenso número de colaboradores necesitamos definir el problema limitarlo y saber donde exactamente inicia el problema entre los colaboradores de la “Fundación Tierra Nueva”; cualitativa, es importante conocer la realidad, datos descriptivos del día a día de los altos mandos con sus colaboradores y a la vez obtener información de los donantes que contribuyen a la estabilidad como organización; y observacional, se detallará lo que se ha observado

durante el tiempo que se mantuvo la investigación (el día a día del personal que conforman la fundación).

### **3.1.6 Métodos de Estudio**

Para la presente investigación se utilizará el método deductivo ya que se analizará al personal de cada área y se llegará a un diagnóstico sobre la situación actual de la Fundación Tierra Nueva.

### **3.1.7 Técnicas e Instrumentos**

En la investigación se utilizará entrevista, encuesta y ficha de observación.

|         |                      |             |              |
|---------|----------------------|-------------|--------------|
| TÉCNICA | Entrevista           | INSTRUMENTO | Guía         |
| TÉCNICA | Encuesta             | INSTRUMENTO | Cuestionario |
| TÉCNICA | Ficha de Observación | INSTRUMENTO | Observación  |

Tabla 2: Técnicas e Instrumentos a utilizar en la investigación.

Elaboración: Johanna Veloz

### **3.1.8 Fuente de Información**

En la presente investigación se utilizaran las fuentes de investigación primaria (testimonios, opiniones, observaciones) las que consta de entrevistas, encuestas, y observación directa.

### **3.1.9 Representación gráfica de la investigación**

Es importante mencionar que la Fundación Tierra Nueva está dividida en tres grandes áreas: Salud, Educación y Protección Social por lo cual la tabulación que se revisará a continuación, se la realizó por cada área y se decidió separar al Centro de Salud Quito Sur como un área más,

ya que se encuentra en otro espacio físico y se desenvuelve en un ambiente laboral diferente.

### 3.1.9.1 Salud

1. En relación a las condiciones físicas de su puesto de trabajo (iluminación, temperatura, ventilación, espacio, volumen de ruidos, etc.) usted considera que éste es:

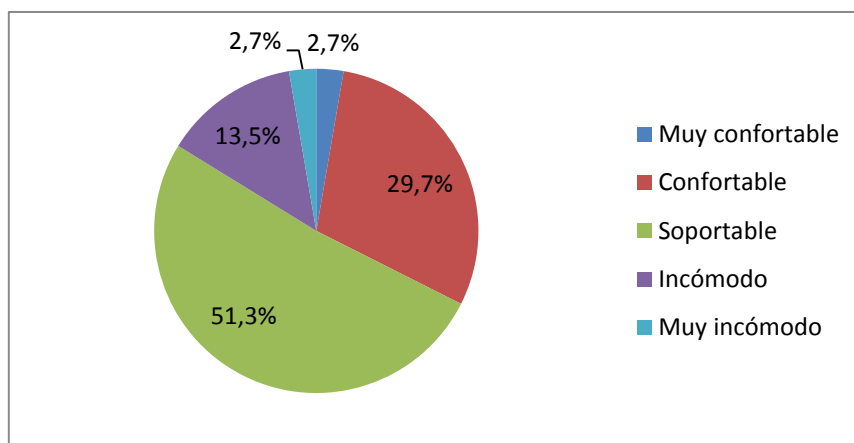


Gráfico4: Pastel estadístico de la pregunta 1 de la encuesta aplicada al área de salud

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% de personas encuestadas del área de Salud de la “Fundación tierra Nueva” con respecto a las condiciones físicas de su puesto de trabajo, el 51,3% considera soportable, 29,7% piensa que es confortable, el 13,5% menciona que es incómodo, el 2,7 % considera muy confortable y el otro 2.7% muy incómodo.

A pesar de que la cifra mayoritaria considera que es soportable y confortable su lugar de trabajo pues hay cifras minoritarias que no soportan las condiciones en las cuales desempeñan sus actividades y es un indicador que señala el malestar del personal.

2. Usted calificaría su carga de trabajo habitual como:

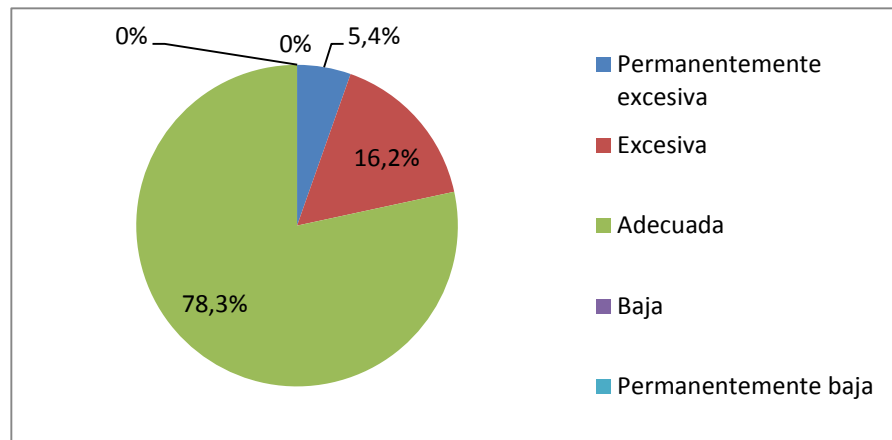


Gráfico 5: Pastel Estadístico de la pregunta 2 de la encuesta aplicada al personal del área de Salud.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% del personal encuestado del área de Salud de la “Fundación Tierra Nueva “el 78,3% considera que su carga de trabajo habitual es adecuada, el 16,2 % lo toma como excesiva y el 5,4% permanentemente excesiva.

Como podemos ver la carga de trabajo habitual para el 22% del personal es excesiva o permanentemente excesiva, se debe dar importancia a este porcentaje y evitar que sea considerado por los colaboradores como un trabajo bajo presión y afecte al clima laboral dentro de la Fundación.

3. ¿Cómo valoraría usted la cantidad de información que recibe para llevar a cabo su trabajo?

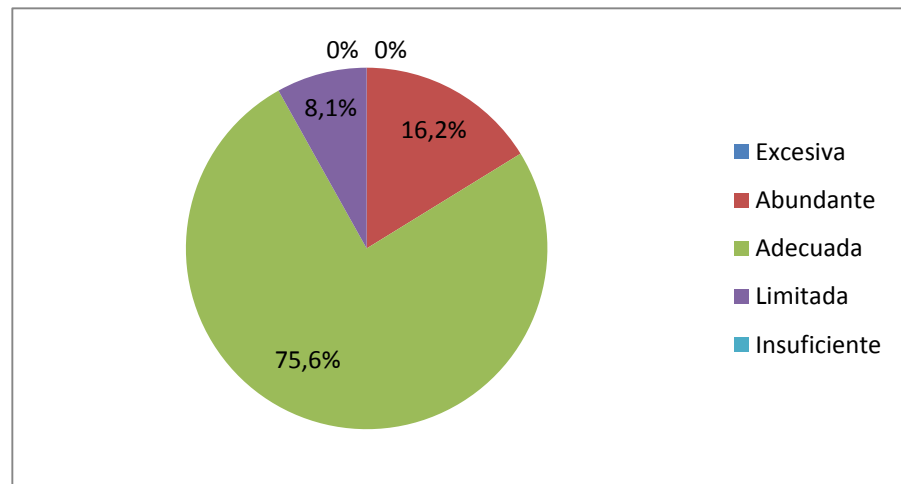


Gráfico 6: Pastel Estadístico de la pregunta 3 de la encuesta aplicada al personal del área de Salud.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100 % de las personas encuestadas del área de Salud de la “Fundación Tierra Nueva”, el 75,6% piensa que es adecuada la información, 16,2% considera abundante, mientras que un 8,1% recibe una información limitada.

La información que es brindada al personal de esta área es adecuada y abundante aunque no podemos dejar de lado a ese 8.1% que considera que la información que la llega es limitada, esto es un factor que influye al momento de desempeñarse en su trabajo.

4. ¿Considera usted que comprende los objetivos del departamento en que trabaja?

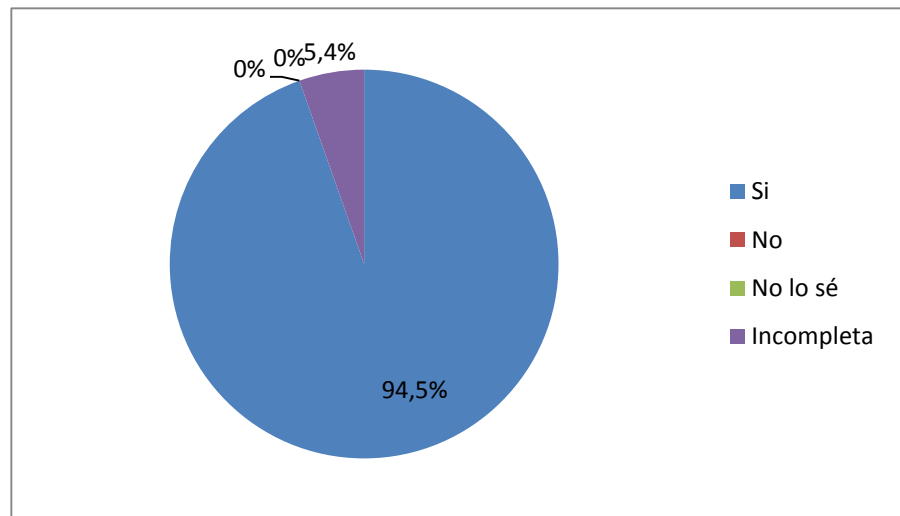


Gráfico 7: Pastel Estadístico de la pregunta 4 de la encuesta aplicada al personal del área de Salud.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100 % de personas encuestadas del área de Salud de la “Fundación Tierra Nueva” un 94,5% si comprende los objetivos del departamento en el que trabaja mientras que el 5,4% lo comprende incompleto.

Debemos tomar en cuenta que el área de Salud se divide en algunos departamentos y que cada uno de ellos maneja sus objetivos dependiendo la meta que debe cumplir.

Hay un porcentaje minoritario el cual menciona que comprende los objetivos de una manera incompleta, esto nos indica que uno de los departamentos del área de Salud no está manejando adecuadamente la comprensión de los objetivos con el personal.



5. Está usted de acuerdo en la manera cómo está gestionado el departamento en el que trabaja respecto a las metas que éste tiene encomendadas?

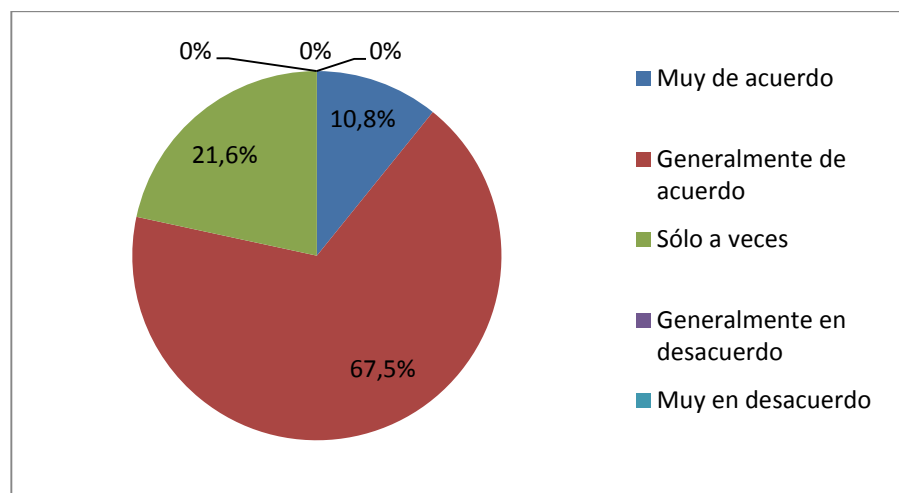


Gráfico 8: Pastel Estadístico de la pregunta 5 de la encuesta aplicada al personal del área de Salud.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% del personal encuestado del área Salud de la “Fundación Tierra Nueva”, el 67,5% está generalmente de acuerdo con la manera que se está gestionando las metas encomendadas del departamento al cual pertenece, el 21,6% solo a veces y 10,8% se encuentra muy de acuerdo.

El personal se encuentra satisfecho con la gestión que se lleva a cabo en cada departamento que conforma el área de Salud pero un 21,6% no siempre comparte dicha gestión, se considera que la opinión del

personal es importante ya que de ellos depende llegar a la meta encomendada.

6. Su persona responsable o supervisor, ¿tiene una actitud abierta respecto a sus puntos de vista y escucha sus opiniones respecto a cómo llevar a cabo sus funciones?

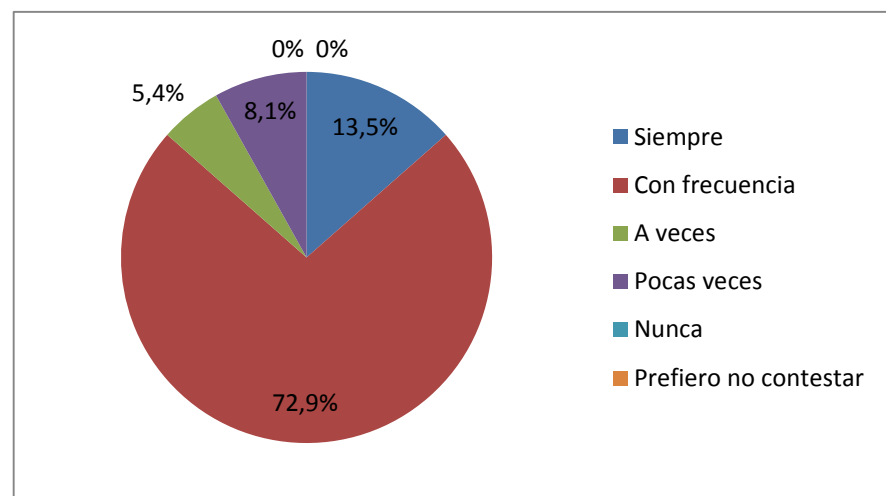


Gráfico 9: Pastel Estadístico de la pregunta 6 de la encuesta aplicada al personal del área de Salud.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% de personas encuestadas del de Salud de la “Fundación Tierra Nueva”, un 72,9%, considera que la persona responsable o supervisor tiene una actitud abierta respecto a sus puntos de vista y escucha sus opiniones respecto a cómo llevar a cabo sus funciones, el 13,5% piensa que siempre, el 8,1% considera que pocas veces y el 5,4% a veces.

La imagen que proyecta los supervisores o persona responsable es de una persona abierta que sabe escuchar a sus colaboradores, pero hay que tomar en cuenta que un porcentaje del personal está sintiendo que esto sucede a veces o pocas veces y se observa que no todo el personal tiene una sola percepción de sus altos mandos.

7. ¿Cómo describiría el clima de trabajo con sus compañeros?

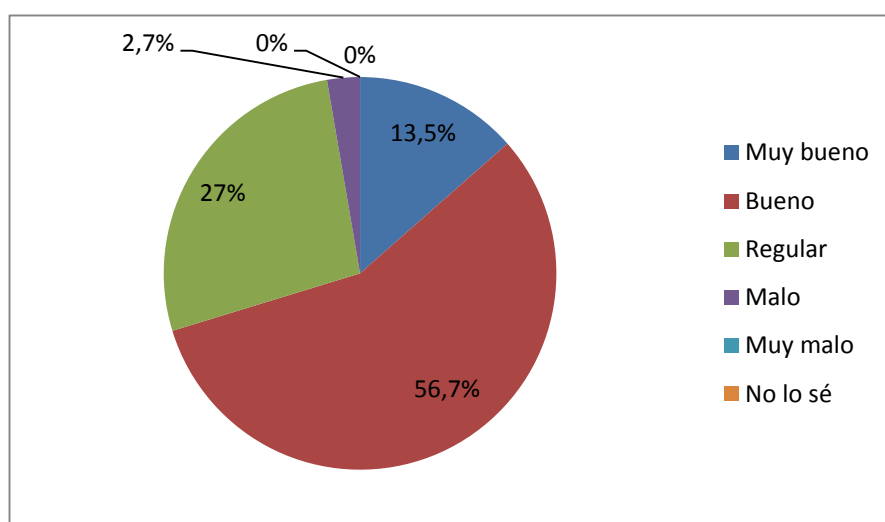


Gráfico 10: Pastel Estadístico de la pregunta 7 de la encuesta aplicada al personal del área de Salud.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% del personal encuestado del área de Salud de la “Fundación Tierra Nueva”, el 56,7% del personal considera bueno el clima de trabajo con sus compañeros, el 27% piensa que es regular, mientras que el 13,5% siente que es muy bueno y el 2,7% dice que es malo.

Existe un indicador minoritario que refleja una mala relación entre compañeros el cual debemos tomar en cuenta al momento de trabajar el clima laboral y dar énfasis al indicador mayoritario que es el personal que tiene una buena relación con sus compañeros.

8. ¿Cómo valora a la Fundación Tierra Nueva como un lugar para trabajar?

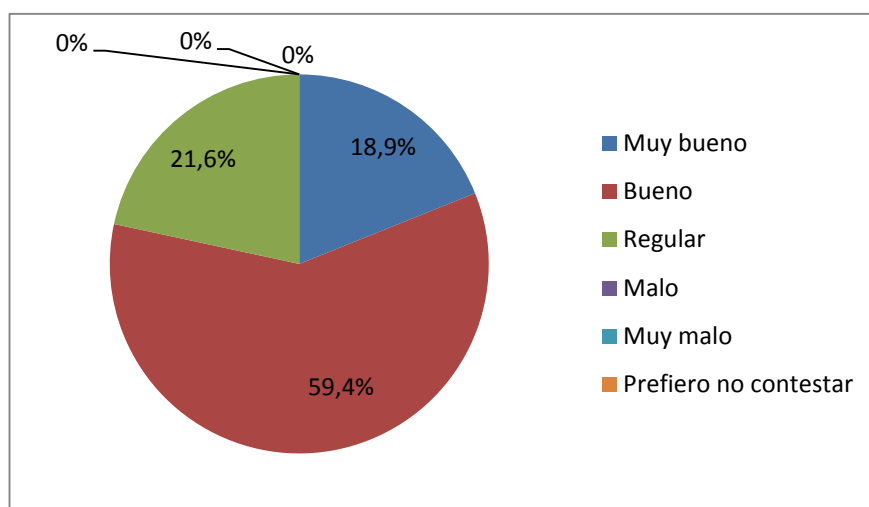


Gráfico 11: Pastel Estadístico de la pregunta 8 de la encuesta aplicada al personal del área de Salud.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% del personal encuestado del área de Salud de la “Fundación Tierra Nueva”, el 59,4% valora a la Fundación como un lugar bueno para trabajar, el 21,6 % lo considera regular y el 18,9% lo valora como un lugar muy bueno.

Hay un porcentaje que nos indica que el personal de esta área valora como regular su lugar de trabajo, no todo el personal tiene una

percepción buena de la Fundación como un lugar para trabajar, esto quiere decir que no todos tienen sentido de pertenencia con la misma.

9. ¿Cómo calificaría su nivel de satisfacción por trabajar en la Fundación Tierra Nueva?

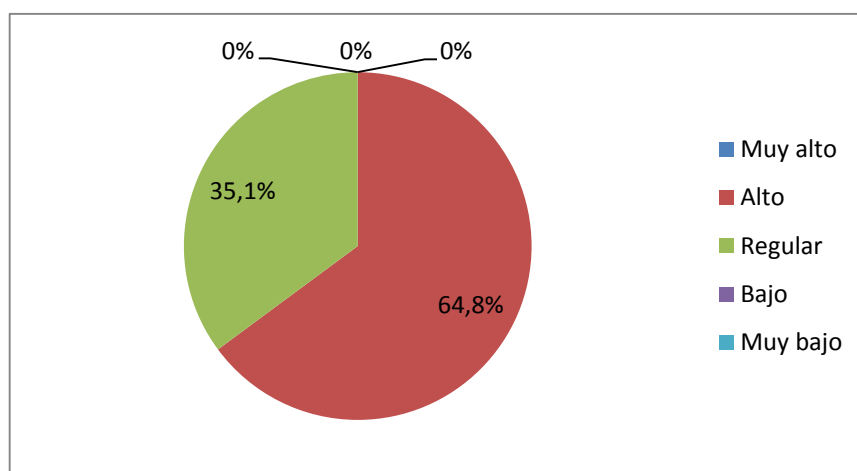


Gráfico 12: Pastel Estadístico de la pregunta 9 de la encuesta aplicada al personal del área de Salud.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% de personas encuestadas del área de Salud de la “Fundación Tierra Nueva” un 64,8% tiene un nivel de satisfacción alto, y el 35,1% piensa que es regular.

La satisfacción del 35,1% del personal es regular, esto quiere decir que la Fundación no satisface laboralmente a sus colaboradores y los mismos trabajan sin ninguna motivación.

## 10. Comparto la visión y la misión de la Fundación

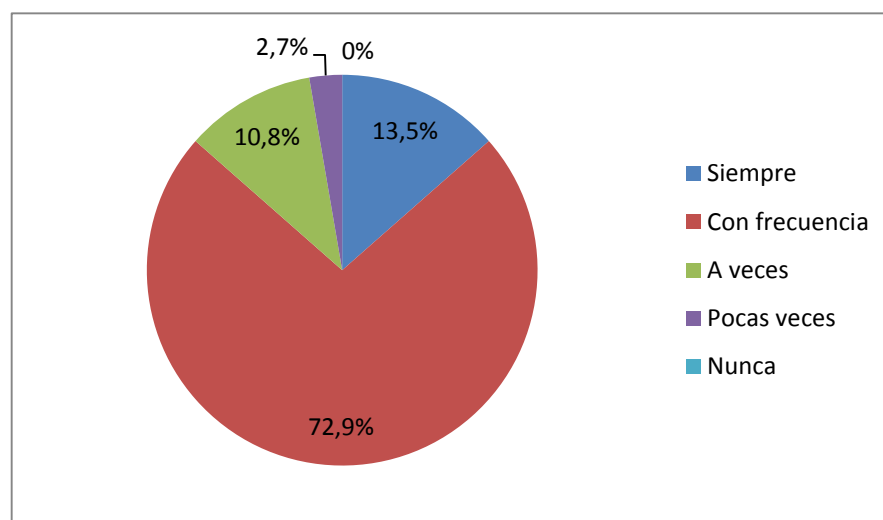


Gráfico 13: Pastel Estadístico de la pregunta 10 de la encuesta aplicada al personal del área de Salud.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% de personas encuestadas del área de Salud de la “Fundación Tierra Nueva”, el 72,9% del personal comparte con frecuencia la visión y la misión, 13,5% las comparten siempre, el 10,8% a veces y el 2,7% pocas veces.

El personal de esta área tiene claro la visión y misión de la Fundación y sobre todo la comparten pero estos dos porcentajes del personal que comparten la visión y la misión a veces y pocas veces indican que el personal no está de acuerdo con la identidad de la Fundación.

## 11. Tengo claro los objetivos de la Fundación

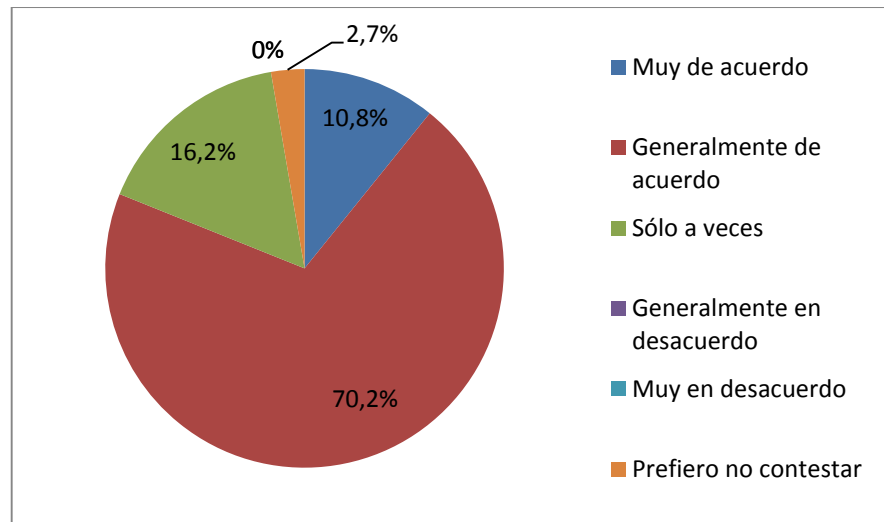


Gráfico 14: Pastel Estadístico de la pregunta 11 de la encuesta aplicada al personal del área de Salud.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% de personas encuestadas del área de Salud de la “Fundación Tierra Nueva” el 70,2% esta generalmente de acuerdo con los objetivos de la misma, el 16,2% solo a veces, 10,8% del personal está muy de acuerdo y el 2,7% prefiere no contestar.

Se debe trabajar en el personal que solo a veces comparte los objetivos y con los que prefieren no contestar, pues es importante que el personal tenga claro los objetivos a los que quiere llegar la Fundación como una organización.

12. La Fundación me hace sentir miembro importante de ella.

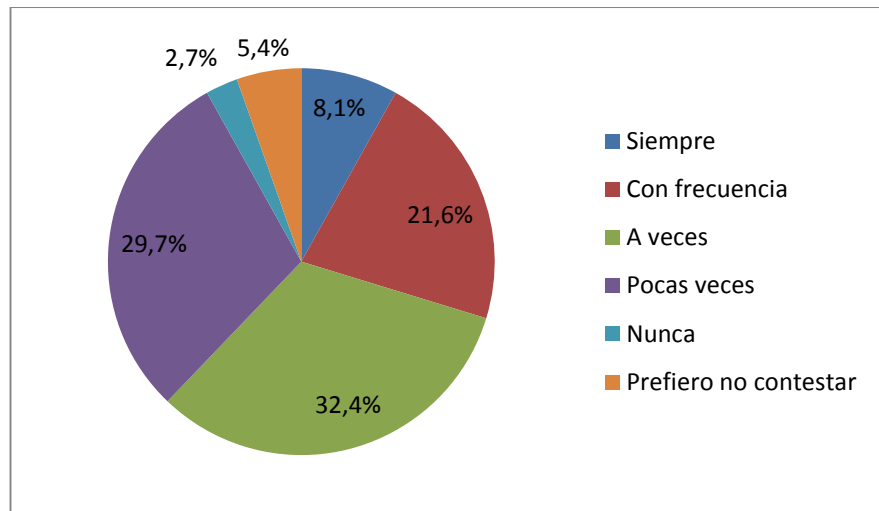


Gráfico 15: Pastel Estadístico de la pregunta 12 de la encuesta aplicada al personal del área de Salud.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% del personal encuestado del área de Salud de la “ Fundación Tierra Nueva”, el 32,4%, a veces se siente miembro importante, el 29,7% pocas veces, 21,6% se siente con frecuencia, 8,3% siempre, el 3,4% prefiere no contestar y el 2,7 nunca.

El personal no se siente importante dentro de la Fundación, se debe trabajar en la motivación a sus colaboradores y de una u otra manera agradecer el desempeño que realizan cada uno de ellos dentro de la misma.

13. La institución ofrece actividades que enriquece la capacitación laboral



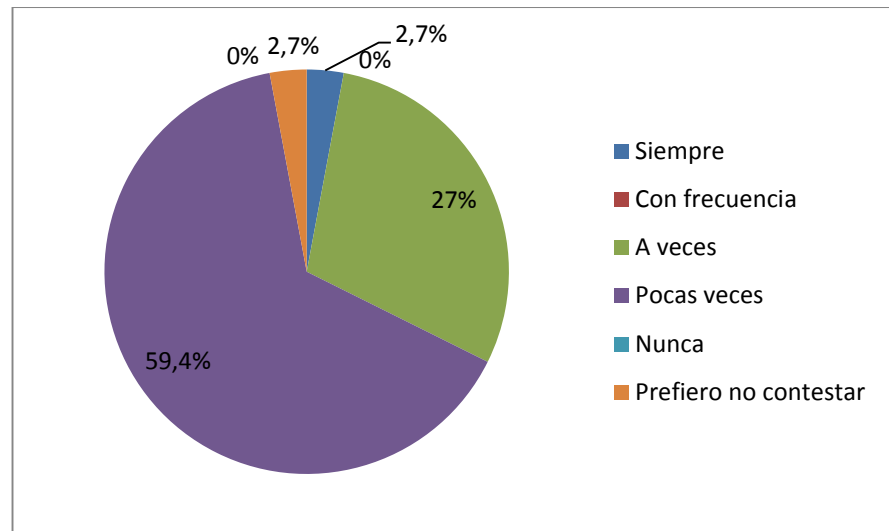


Gráfico 16: Pastel Estadístico de la pregunta 13 de la encuesta aplicada al personal del área de Salud.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% del personal encuestado del área de Salud de la “Fundación Tierra Nueva”, el 59,4% piensa que la institución ofrece pocas veces capacitaciones laborales el 27% a veces y el 2,7% nunca y el otro 2,7% prefieren no contestar.

La Fundación no ofrece las debidas capacitaciones que el personal necesita para enriquecer sus conocimientos, es importante que la Fundación realice actividades que ayude a la actualización del trabajo de sus colaboradores.

14. Tengo una relación cordial con mis compañeros fuera de la institución

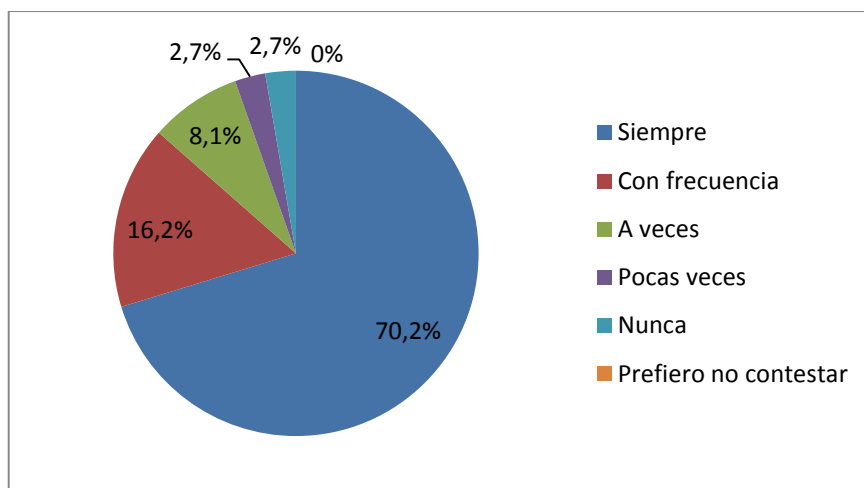


Gráfico 17: Pastel Estadístico de la pregunta 14 de la encuesta aplicada en el personal de Salud.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% del personal encuestado del área de Salud de la “Fundación Tierra Nueva” , el 70,2%, tiene siempre una relación cordial con sus compañeros fuera de la institución, 16,2% con frecuencia tiene una relación cordial, 8,1% a veces, el 2,7% pocas veces y el otro 2,7% considera que nunca.

Hay colaboradores que no tienen una relación cordial con sus compañeros fuera de la institución pues se pudo haber afectada durante la jornada laboral o simplemente no hubo un acercamiento adecuado para fortalecer estos lazos de compañerismo, se debe tomar en cuenta actividades para fortalecer las relaciones entre colaboradores dentro y fuera de la institución así ayudamos a tener un clima laboral sin barreras.

### 15. En general la comunicación es efectiva en la Fundación

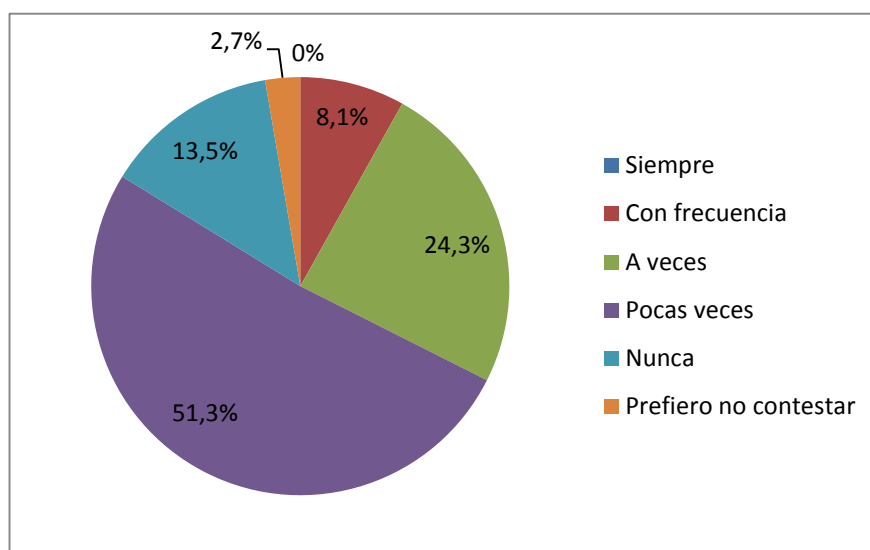


Gráfico 18: Pastel Estadístico de la pregunta 15 de la encuesta aplicada en el personal del área de Salud.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% de personas encuestad del área de Salud de la “Fundación Tierra Nueva”, el 51,3% considera que la comunicación es pocas veces efectiva, 24,3% a veces, 13,5% considera que nunca tienen una comunicación efectiva, el 8,3% piensa que con frecuencia, y el 2,7 prefiere no contestar.

El personal del área de Salud considera que la comunicación que se tiene en la Fundación en general es poco efectiva, se cree que hay falencias que no se ha trabajado con la debida importancia para que esta comunicación se restablezca.

### 3.1.9.2 Educación

1. En relación a las condiciones físicas de su puesto de trabajo (iluminación, temperatura, ventilación, espacio, volumen de ruidos, etc.) usted considera que éste es:

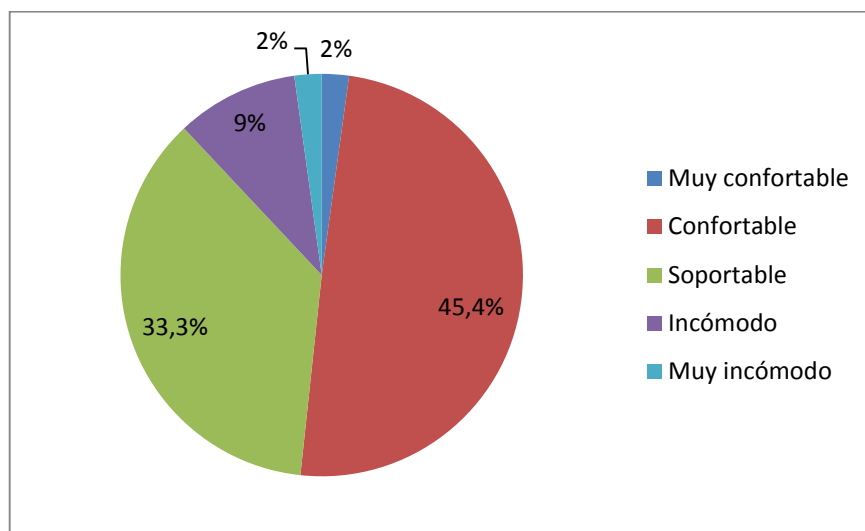


Gráfico 19: Pastel Estadístico de la pregunta 1 de la encuesta aplicada al personal del área de Educación.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% de colaboradores encuestados del área Educación de la “Fundación Tierra Nueva”, el 45,4 piensa que es confortable el espacio físico, 33,3% considera soportable, 9% se siente incómodo, el 2% piensa que es muy incómodo y el otro 2% muy confortable.

El personal de esta área considera confortable el lugar físico donde están localizados pero se debe tomar en cuenta el 11% que se sienten incómodos y muy incómodos en su lugar de trabajo, sus sugerencias deben ser escuchadas y de esta manera buscar una solución conjunta.

2. Usted calificaría su carga de trabajo habitual como:

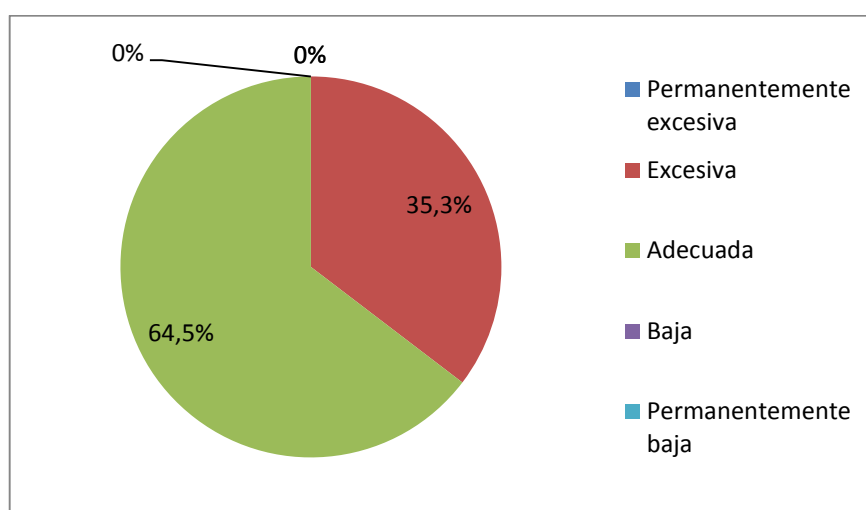


Gráfico 20: Pastel Estadístico de la pregunta 2 de la encuesta aplicada al personal del área de Educación.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% de personas encuestadas del área de Educación de la “Fundación Tierra Nueva”, el 64,5% considera que la carga de trabajo habitual es adecuada mientras que 35,3 piensa que es excesiva.

La carga habitual es excesiva para el personal del área de Educación es importante que la carga de trabajo para los colaboradores sea equitativa y de esta manera equilibrar las actividades que se planean durante el año escolar.

3. ¿Cómo valoraría usted la cantidad de información que recibe para llevar a cabo su trabajo?

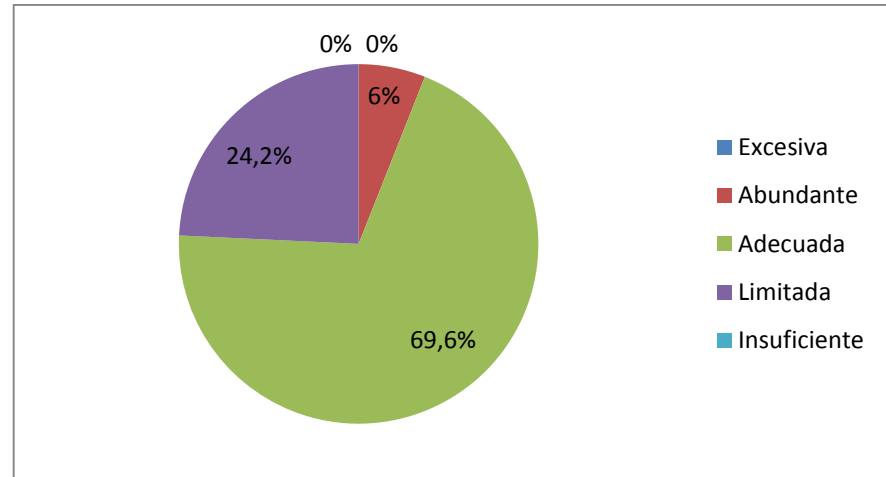


Gráfico 21: Pastel Estadístico de la pregunta 3 de la encuesta aplicada al personal del área de Educación.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% del personal encuestados del área de Educación de la “Fundación Tierra Nueva”, el 69,6% considera que es adecuada, el 24,2% limitada, y el 6% abundante.

Se debe implementar acciones en las cuales se trabaje con el personal que recibe información limitada y de esta manera daremos importancia a este porcentaje de colaboradores que la falta de información este perjudicando a las actividades laborales diarias.

4. ¿Considera usted que comprende los objetivos del departamento en que trabaja?

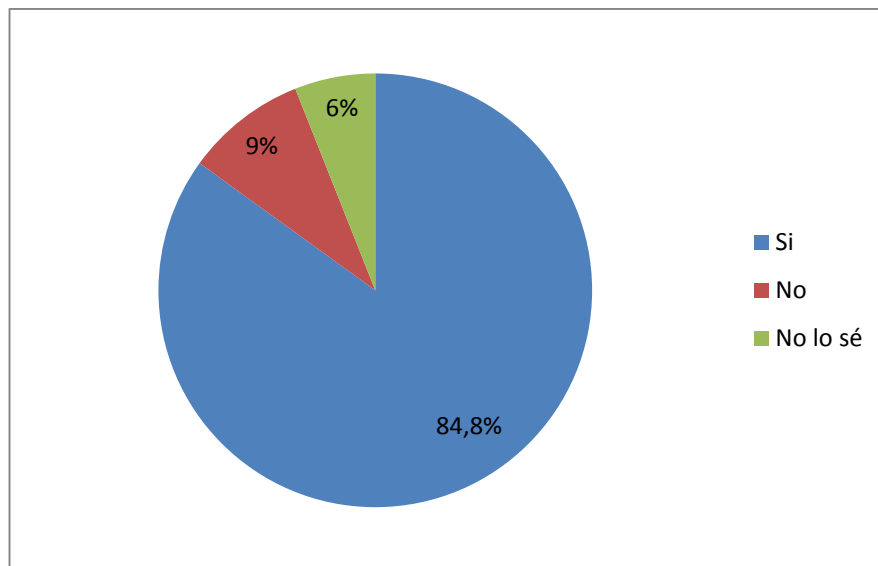


Gráfico 22: Pastel Estadístico de la pregunta 4 de la encuesta aplicada al personal del área de Educación.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% de personas encuestadas del área de Educación de

“Fundación Tierra Nueva”, el 84,8% si comprende los objetivos planteados por el departamento, 9% no tienen claro y el 6% no lo saben.

Los objetivos del área de Educación no están claros en el personal y otros no los conocen, se recomienda realizar acciones las cuales permitan al personal reconocer los objetivos por los cuales están trabajando y así poder llegar a la meta impuesta por el área.

5. ¿Está usted de acuerdo en la manera cómo está gestionado el departamento en el que trabaja respecto a las metas que éste tiene encomendadas?

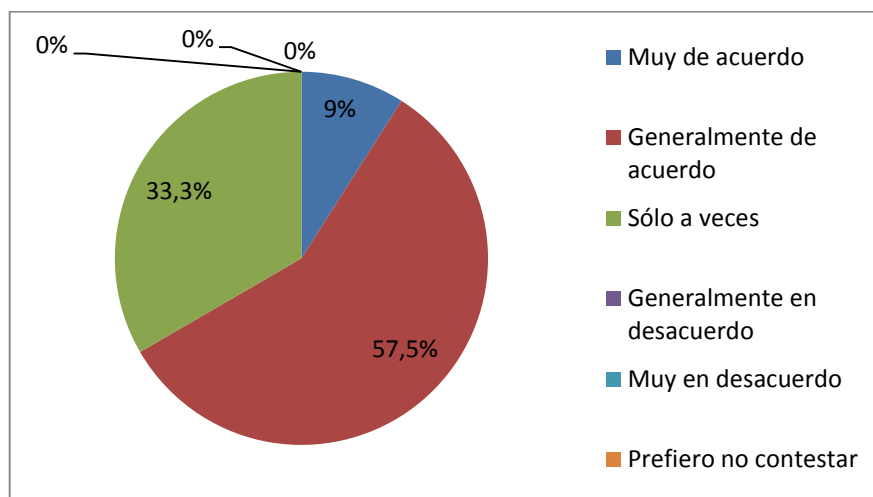


Gráfico 23: Pastel Estadístico de la pregunta 5 de la encuesta aplicada al personal del área de Educación.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% del personal encuestados del área de Educación de la “Fundación Tierra Nueva”, el 57,5% está generalmente de acuerdo con la gestión que realiza el área, 33,3% solo a veces y el 9% muy de acuerdo.

El personal está de acuerdo con la gestión con respecto a las metas trazadas por el área de Educación, pero hay que tomar en cuenta la opinión de las personas que solo a veces están de acuerdo, sus recomendaciones ayudara al departamento a gestionar de mejor manera dichas metas y así cumplirlas satisfactoriamente.



6. Su persona responsable o supervisor, ¿tiene una actitud abierta respecto a sus puntos de vista y escucha sus opiniones respecto a cómo llevar a cabo sus funciones?

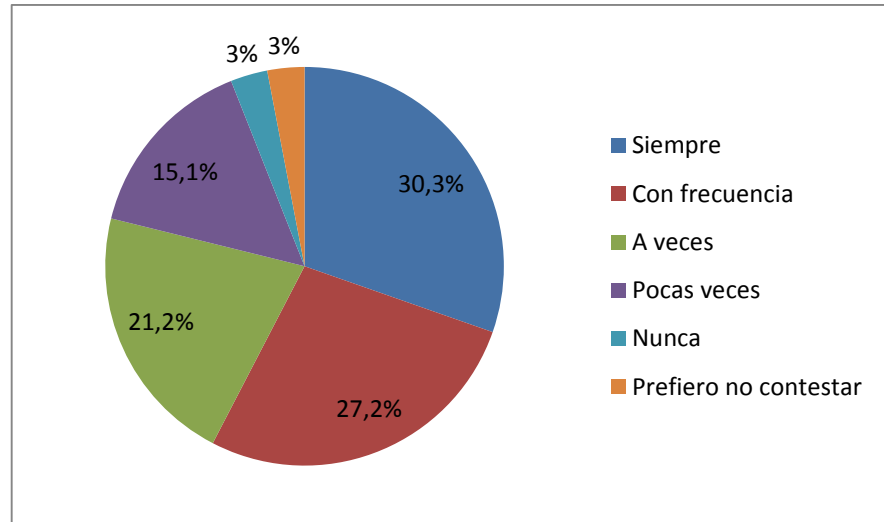


Gráfico 24: Pastel Estadístico de la pregunta 6 de la encuesta aplicada al personal del área de Educación.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% del personal encuestado del área de Educación de la “Fundación Tierra Nueva”, el 30,3%, considera que la persona responsable o supervisor siempre está abierto para la escucha de sus opiniones, 27,2% con frecuencia, 21,2% a veces, 15,1% pocas veces, el 3% nunca y el otro 3% prefiere no contestar.

Se manifiesta que el supervisor no escucha a sus colaboradores, se debe restablecer la relación entre ambas partes ya que la comunicación dentro del área no debe tener frenos.

7. ¿Cómo describiría el clima de trabajo con sus compañeros?

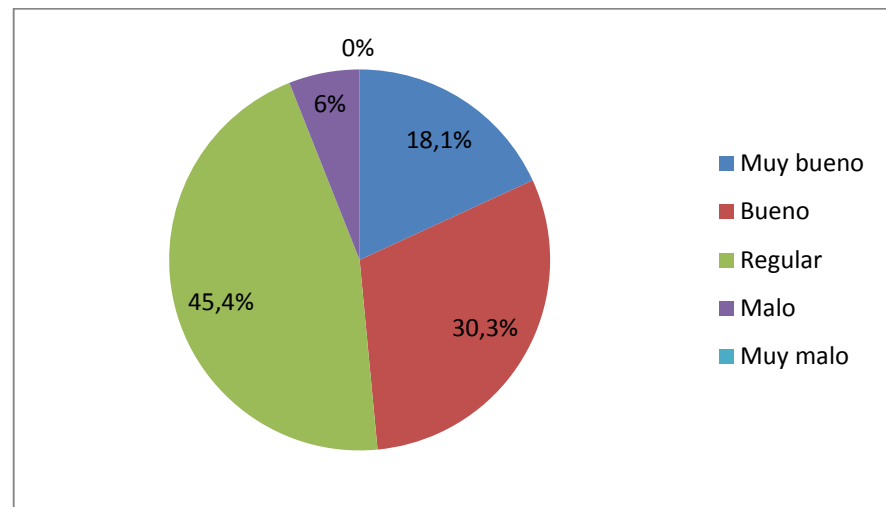


Gráfico 25: Pastel Específico de la pregunta 7 de la encuesta aplicada al personal del área de Educación.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% del personal encuestado del área de Educación de la “Fundación Tierra Nueva”, el 45,4% describe como regular el clima de trabajo con sus compañeros, 30,3% considera bueno, 18,1% muy bueno y el 6% malo.

La relación entre el personal de esta área no es buena se debe crear vínculos más estrechos entre los mismos y así ayudar a mejorar el clima laboral en el que se desarrolla las actividades habituales que son compartidas entre ellos.

8. ¿Cómo valora a la Fundación Tierra Nueva como un lugar para trabajar?

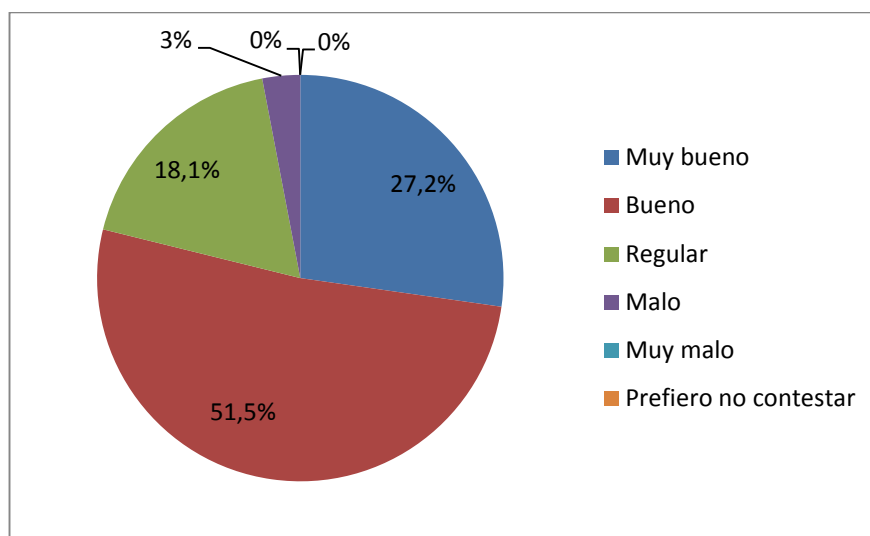


Gráfico 26: Pastel Estadístico de la pregunta 8 de la encuesta aplicada al personal del área de Educación.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100 % de personas encuestadas del área de Educación de la “Fundación Tierra Nueva”, el 51,5% menciona como un lugar bueno para trabajar, 27,2% describe que es muy bueno, 18,1% regular y el 3% malo.

Hay un porcentaje minoritario que siente que su lugar de trabajo es regular y malo, se debe tomar en cuenta a este porcentaje al momento de crear actividades que desarrollen el sentido de pertenencia con los colaboradores de esta área es importante que cada uno de ellos valoren a su trabajo como un lugar bueno y así sus actividades fluirán de mejor manera.

9. ¿Cómo calificaría su nivel de satisfacción por trabajar en la Fundación Tierra Nueva?

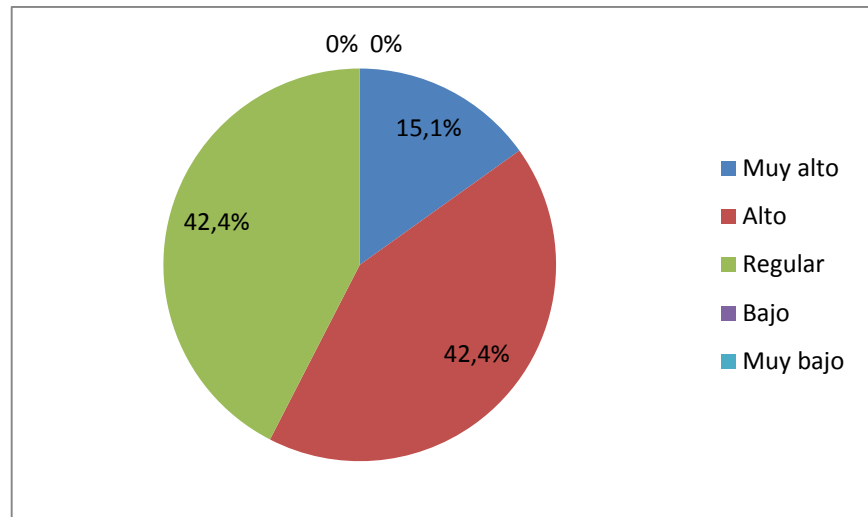


Gráfico 27: Pastel Estadístico de la pregunta 9 de la encuesta aplicada al personal del área de Educación.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% del personal encuestado del área de Educación de la “Fundación Tierra Nueva “considera que su satisfacción de la siguiente manera; el 42,4% es alto, 42,4% regular y el 15,1% muy alto.

El personal de esta área no se siente satisfecho en su trabajo por lo que se recomienda de una manera importante realizar estrategias dirigidas al personal de esta área para que su sentir con su trabajo sea de satisfacción total y no perjudique al sentido de pertenencia que debe tener los colaboradores con la institución.

## 10. Comparto la visión y la misión de la Fundación

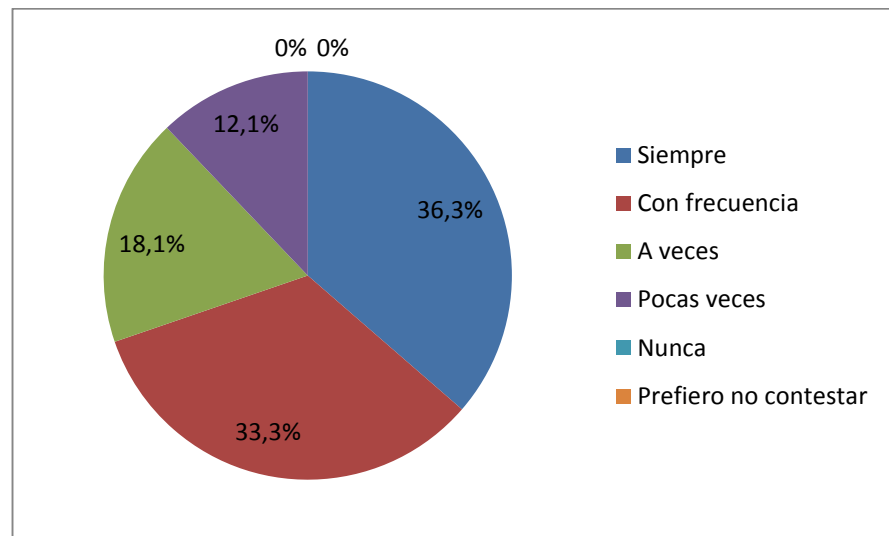


Gráfico 28: Pastel Estadístico de la pregunta 10 de la encuesta aplicada al personal del área de Educación.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% de personas encuestadas del área de Educación de la “Fundación Tierra Nueva” el 36,3% comparten la visión y misión de la institución , el 33,3% con frecuencia, 18,1% a veces y el 12.1% pocas veces.

La visión y la misión es compartida por la mayoría de personas que conforman el área de Salud, pero existe personal que no las comparten por eso hay que trabajar en la cultura organizacional de la Fundación y tratar que el personal trabaje bajo estos dos parámetros.

### 11. Tengo claro los objetivos de la Fundación

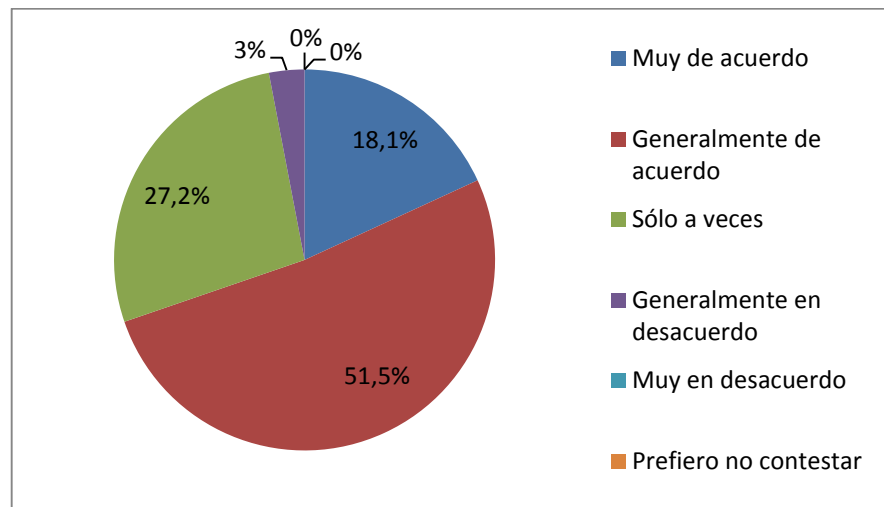


Gráfico 29: Pastel Estadístico de la pregunta 11 de la encuesta aplicada al personal del área de Educación.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% del personal encuestado del área de Educación de la “Fundación Tierra Nueva”, el 51,5% del personal está generalmente de acuerdo con los objetivos de la misma, el 27,2% solo a veces, 18,1% muy de acuerdo y el 3% generalmente en desacuerdo.

Los objetivos de la Fundación no están claros para algunas personas que conforman a esta área y es importante que haya actividades donde recordemos objetivos bajo los cuales trabaja todos los colaboradores de la “Fundación Tierra Nueva”.

12. La Fundación me hace sentir miembro importante de ella.

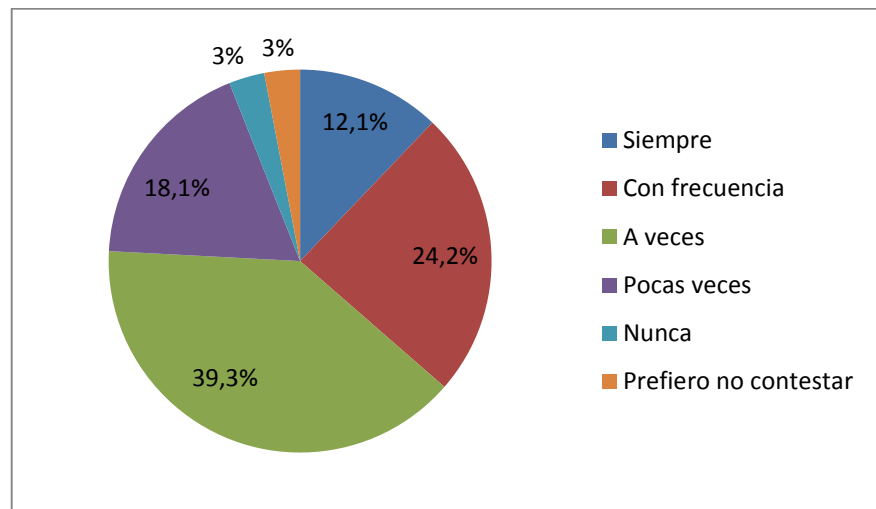


Gráfico 30: Pastel Estadístico de la pregunta 12 de la encuesta aplicada al personal del área de Educación.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% del personal encuestado del área de Educación de la “Fundación Tierra Nueva”, el 39,3% considera que a veces la institución les hace sentir miembro importante, el 24,2% con frecuencia, 18,1% pocas veces, 12,1% siempre, 3% nunca y el otro 3% prefiere no contestar.

Como se refleja en las encuestas el personal no se siente miembro importante de la Fundación se considera implementar actividades donde se demuestre a cada colaborador la importancia de su trabajo dentro de la misma.

13. La institución ofrece actividades que enriquece la capacitación laboral.

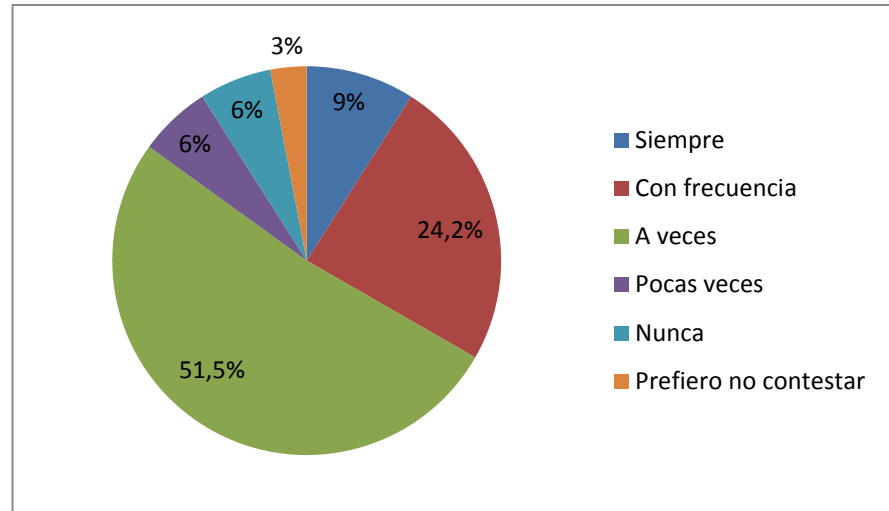


Gráfico 31: Pastel Estadístico de la pregunta 13 de la encuesta aplicada al personal del área de Educación.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% de las personas encuestadas área de Educación de la “Fundación Tierra Nueva”, el 51,5%, dice que a veces la fundación brinda actividades que enriquece la capacitación laboral, 24,2 % menciona que es frecuente, el 9% siempre, 6% considera que nunca, el otro 6% pocas veces y el 3% prefiere no contestar.

La Fundación no brinda actividades que enriquezcan el conocimiento del personal de esta área, se recomienda realizar las debidas actividades que fortalezcan el trabajo a realizar de cada colaborador.



14. Tengo una relación cordial con mis compañeros fuera de la institución.

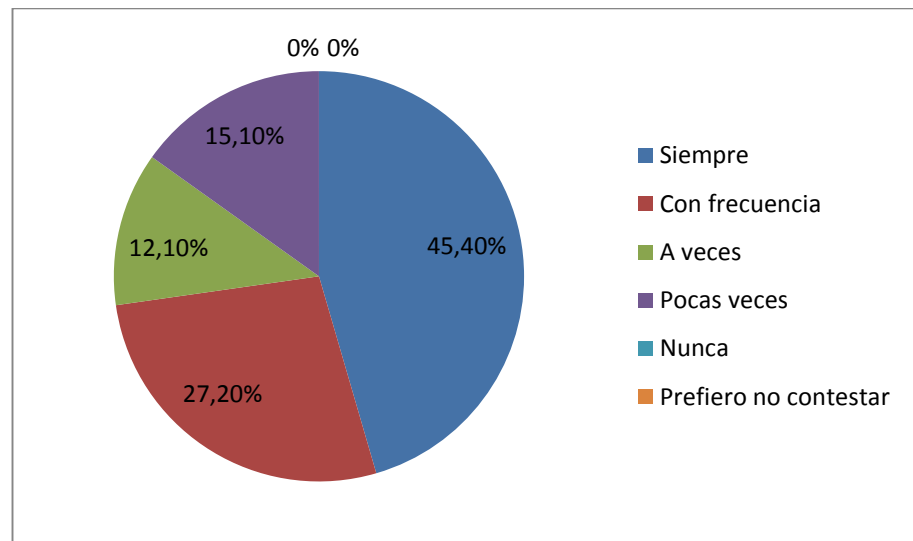


Gráfico 32: Pastel Estadístico de la pregunta 14 de la encuesta aplicada al personal del área de Educación.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% de personas encuestadas del área de Educación de la “ Fundación Tierra Nueva” , el 45,4% siempre tienen una relación cordial con sus compañeros fuera de la institución, 27,2% con frecuencia, 15,1% pocas veces, y el 12.1% a veces.

Se debe fortalecer los vínculos de compañerismo fuera de la institución al porcentaje minoritario del personal encuestado que piensa que no tiene una buena relación fuera de la misma.

15. En general la comunicación es efectiva en la Fundación.

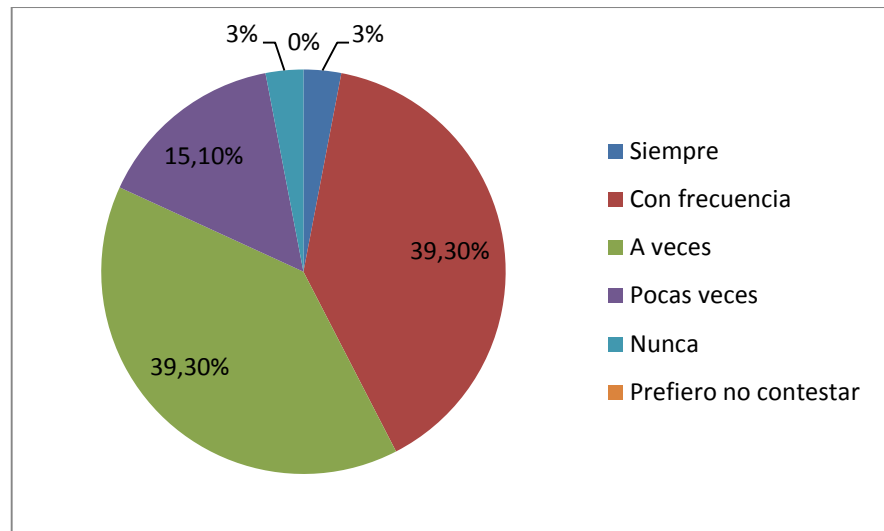


Gráfico 33: Pastel Estadístico de la pregunta 15 de la encuesta aplicada al personal del área de Educación.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% del personal encuestado del área de Educación de la “Fundación Tierra Nueva”, el 39,3% considera que con frecuencia la comunicación es efectiva, el otro 39,3% a veces, 15,1% pocas veces, 3% siempre y el otro 3% nunca.

La comunicación no está funcionando de una manera efectiva entre el área de Salud con el resto de la Fundación, por lo cual se debe implementar estrategias nuevas o diferentes para que los canales de comunicación fluyan y sean eficientes.

### 3.1.9.3 Protección Social

1. En relación a las condiciones físicas de su puesto de trabajo (iluminación, temperatura, ventilación, espacio, volumen de ruidos, etc.) usted considera que éste es:

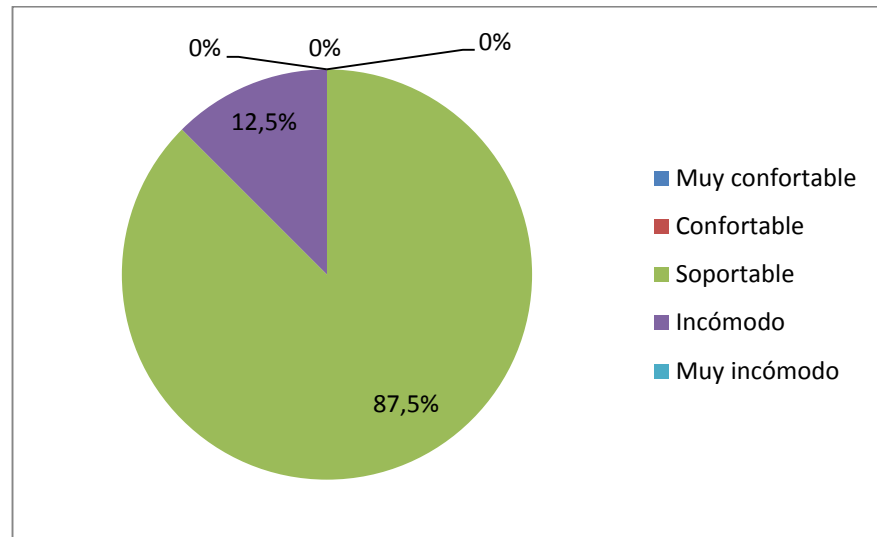


Gráfico 34: Pastel Estadístico de la pregunta 1 de la encuesta aplicada en el área de Protección Social.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% de personas encuestadas del área de Protección Social de la “Fundación Tierra Nueva”, el 87,5% del personal considera que el lugar físico es soportable y el 12,5% piensa que es incómodo.

Es importante tomar en cuenta que el personal no se siente cómodo en el lugar físico que se les ubicó para realizar sus actividades diarias, tal vez las condiciones de la Fundación no ayudaron para que este personal sea reubicado pero se puede proponer estrategias que recompensen a este malestar de ciertas personas del área de Protección Social.

2. Usted calificaría su carga de trabajo habitual como:

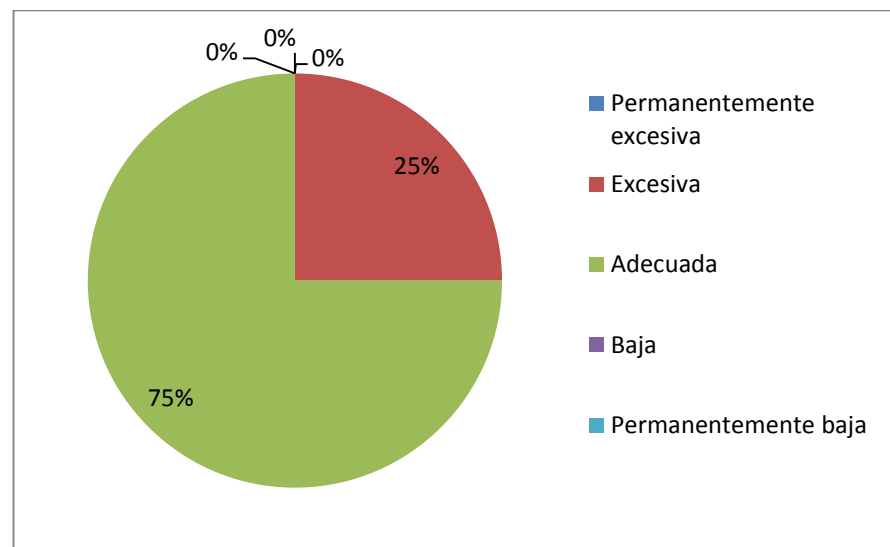


Gráfico 35: Pastel Estadístico de la pregunta 2 de la encuesta aplicada al personal del área de Protección Social.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** El personal del área de Protección Social de la “Fundación Tierra Nueva” considera un 75% que es adecuada la carga de trabajo, y el 25% piensa que es excesiva,

La carga de trabajo es excesiva para cierto porcentaje del personal de esta área se debe tomar en cuenta que la carga sea por igual a cada colaborador ya que esto se puede convertir en un trabajo bajo presión y no ayude a la calidez de un clima laboral óptimo.

3. ¿Cómo valoraría usted la cantidad de información que recibe para llevar a cabo su trabajo?

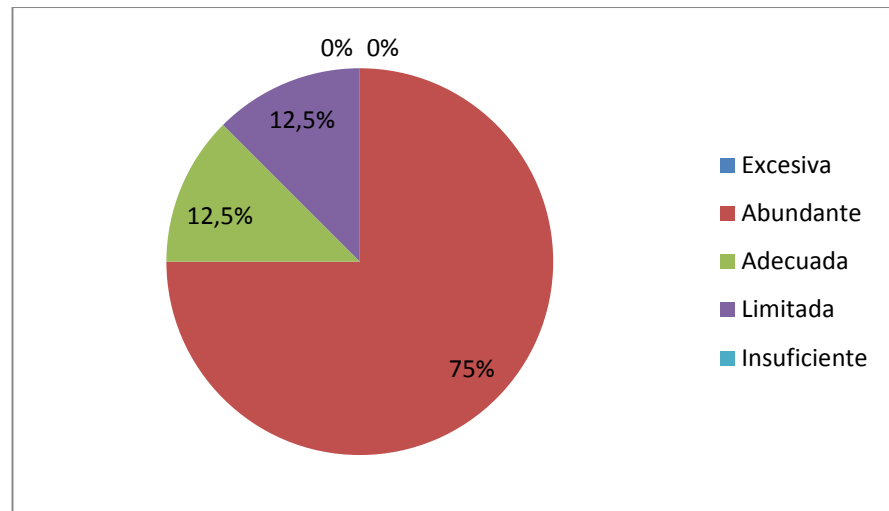


Gráfico 36: Pastel Estadístico de la pregunta 3 de la encuesta aplicada al personal del área de Protección Social.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% de personas encuestadas del área de Protección Social de la “Fundación Tierra Nueva”, el 75% del personal considera que es abundante la información brindada, 12,5% piensa que es adecuada y el otro 12,5% limitada.

La información es proporcionada de una manera adecuada y abundante para la mayoría del personal pero hay un porcentaje minoritario que considera limitada cierta información por lo que se recomienda proponer actividades en las que se trabaje la información que se brinda a los colaboradores y la misma tenga un sistema de medición para saber si la información llega de la misma manera a todo el personal del área.

4. ¿Considera usted que comprende los objetivos del departamento en que trabaja?

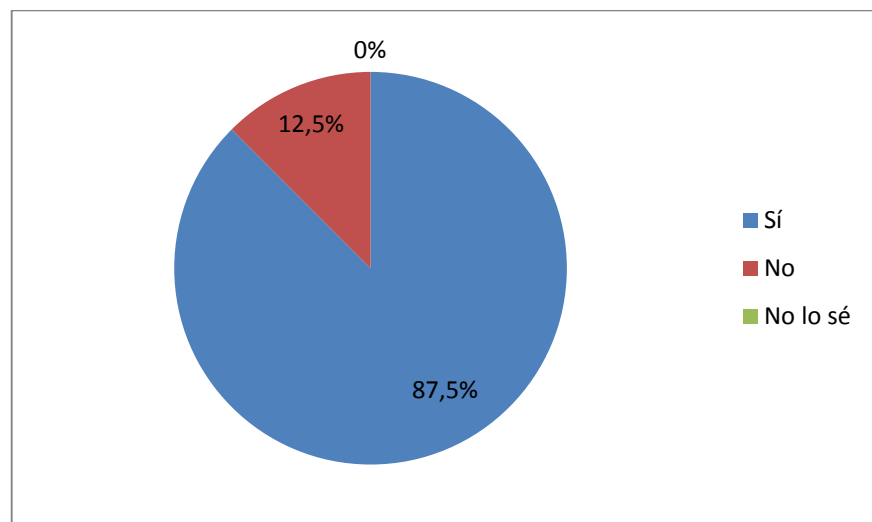


Gráfico 37: Pastel Estadístico de la pregunta 4 de la encuesta aplicada al personal del área de Protección Social.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% del personal encuestado del área de Protección Social de la “Fundación Tierra Nueva”, el 87,5% del personal comprende los objetivos del departamento y el 12,5% no.

Los objetivos del área son comprendidos por más de la mitad del personal pero hay un porcentaje minoritario q no comprende por lo tanto se implementara actividades que refuercen a la comprensión de dichos objetivos ya que es importante que cada persona que trabaja en esta área los tenga claros y de esta manera todos trabajarán por una sola meta.

5. ¿Está usted de acuerdo en la manera cómo está gestionado el

departamento en el que trabaja respecto a las metas que éste tiene encomendadas?

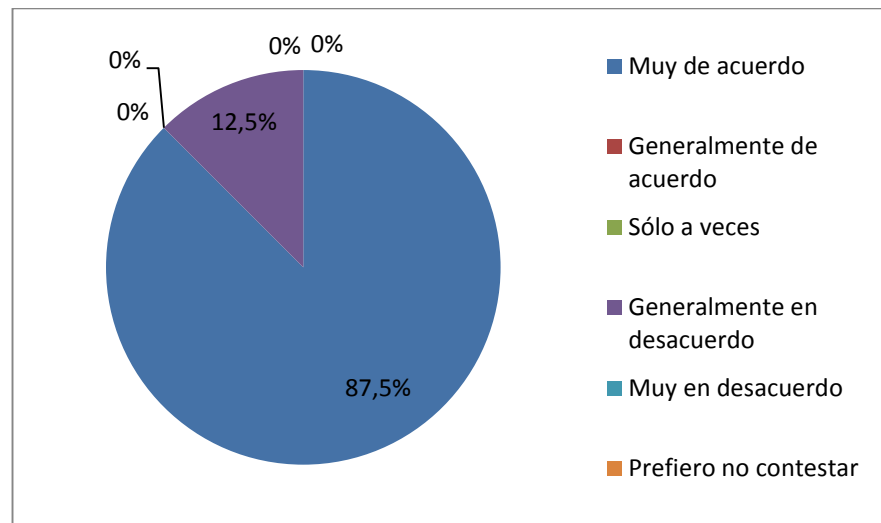


Gráfico 38: Pastel Estadístico de la pregunta 5 de la encuesta aplicada al personal del área de Protección Social.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% del personal encuestado del área de Protección Social de la “Fundación Tierra Nueva”, el 87,5% se encuentra muy de acuerdo con la gestión de las metas, y el 12,5% esta generalmente desacuerdo.

Proponer diferentes maneras de gestionar las metas que se propone el área con sus colaboradores ya que hay un porcentaje minoritario que no está de acuerdo con el manejo de las mismas y esto provoca que no todos trabajen bajo un mismo lineamiento.

6. Su persona responsable o supervisor, ¿tiene una actitud abierta respecto a sus puntos de vista y escucha sus opiniones respecto a cómo llevar a cabo sus funciones?

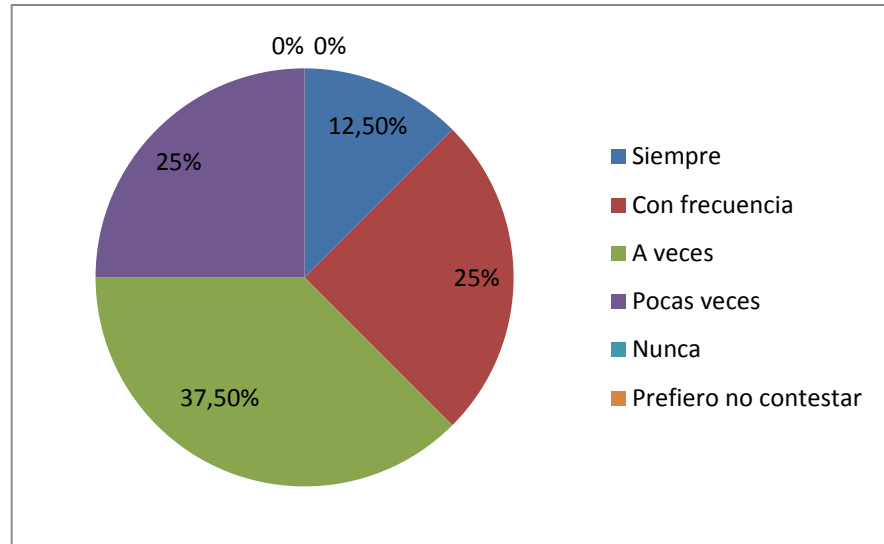


Gráfico 39: Pastel Estadístico de la pregunta 6 de la encuesta aplicada al personal del área de Protección Social.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% de personas encuestadas del área de Protección Social de la “Fundación Tierra Nueva”, el 37.5% piensa que a veces el responsable o supervisor es abierto para escuchar sus opiniones, 25% con frecuencia y el otro 25% pocas veces, y el 12,5% considera que siempre.

El supervisor de esta área es considerado por sus colaboradores como una persona que no escucha así que se debe mejorar la relación entre los mandos superiores con los inferiores ya que es importante que haya una relación de escucha y entendimiento.



7. ¿Cómo describiría el clima de trabajo con sus compañeros?

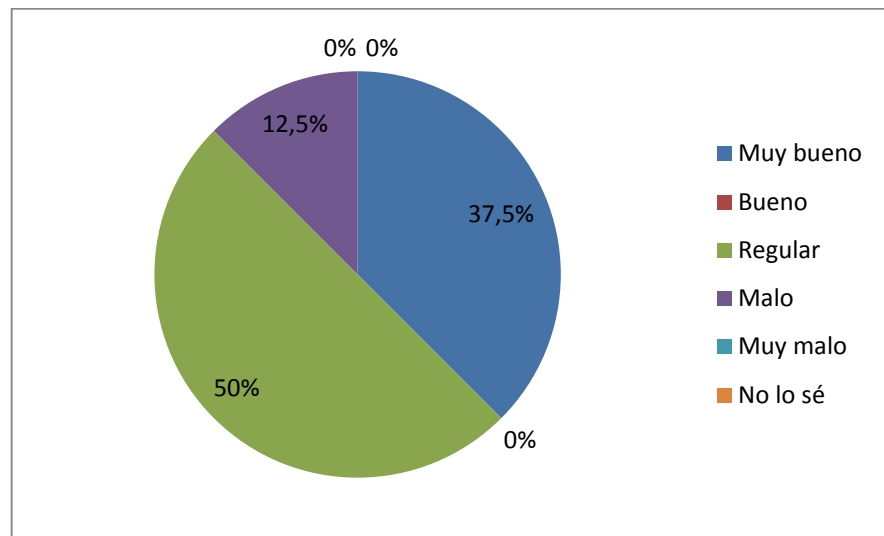


Gráfico 40: Pastel Estadístico de la pregunta 7 de la encuesta aplicada al personal del área de Protección Social.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% de personas encuestados del área de Protección Social de la “Fundación Tierra Nueva”, el 50% piensa que es regular la relación entre compañeros, el 37,5% considera que es muy bueno y el 12,5% lo califica como malo.

No existe una relación buena entre el personal de esta área, se recomienda implementar estrategias relacionado al fortalecimiento de lazos entre los mismos.

8. ¿Cómo valora a la Fundación Tierra Nueva como un lugar para trabajar?

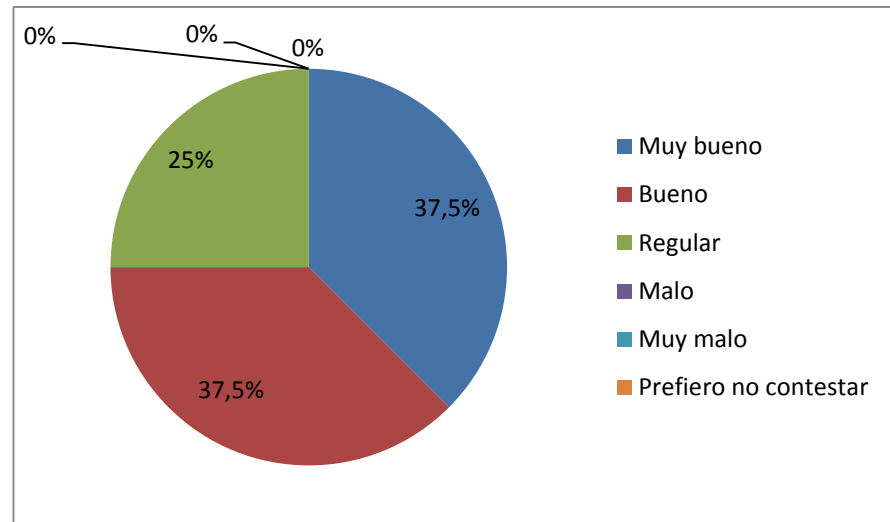


Gráfico 41: Pastel Estadístico de la pregunta 8 de la encuesta aplicada al personal del área de Protección Social.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** De 100% del personal encuestado 1 del área de Protección Social de la “Fundación Tierra Nueva”, el 37,5% valora a la Fundación como un lugar muy bueno para trabajar, el otro 37,5% lo considera bueno, y el 25% valora como regular.

Se debe reforzar el valor que tiene la Fundación en los colaboradores del área de Protección Social como un lugar de trabajo para así incentivar el sentido de pertenencia en cada uno de ellos.

9. ¿Cómo calificaría su nivel de satisfacción por trabajar en la Fundación Tierra Nueva?

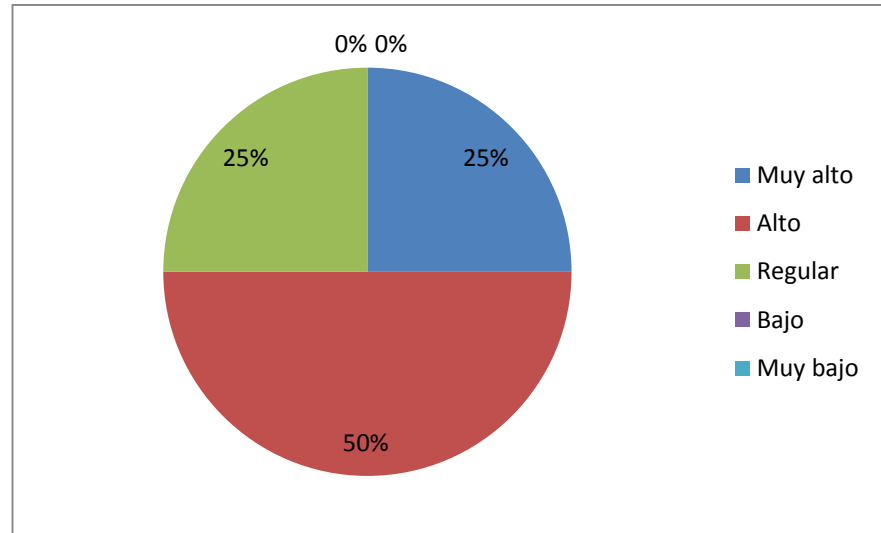


Gráfico 42: Pastel Estadístico de la pregunta 9 de la encuesta aplicada al personal del área de Protección Social.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% de personas encuestadas del personal del área de Protección Social de la “Fundación Tierra Nueva”, el nivel de satisfacción del 50% es alto mientras que el 25% es muy alto y el otro 25% es regular.

La satisfacción del 25% del personal de esta área es regular por lo que se considera un indicador importante para realizar actividades en las cuales se maneje la relación entre los colaboradores con la institución no se debe dejar de lado el sentido de pertenencia que debe haber por parte de los mismos.

## 10. Comparto la visión y la misión de la Fundación

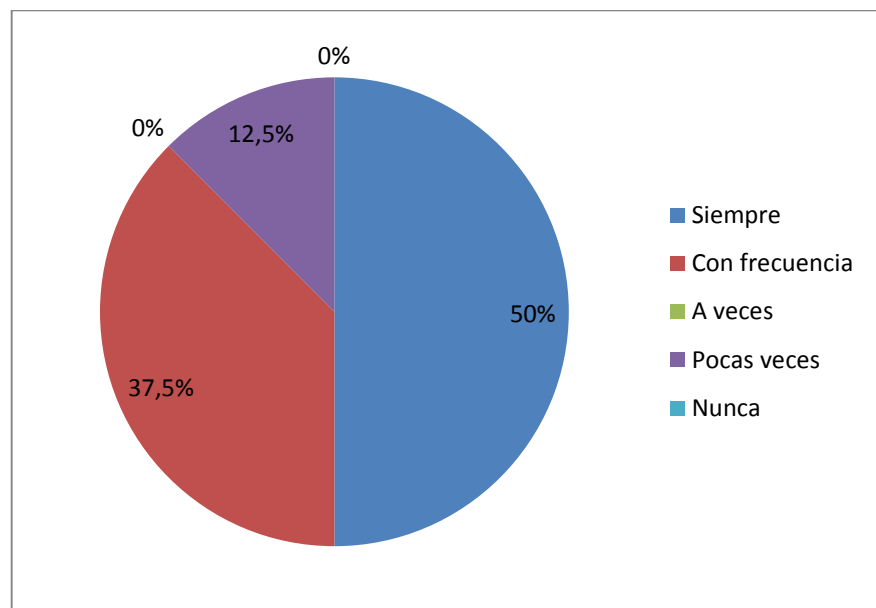


Gráfico 43: Pastel Estadístico de la pregunta 10 de la encuesta aplicada al personal del área de Protección Social.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% de personas encuestadas del área de Protección Social de la “Fundación Tierra Nueva”, el 50% siempre comparten la visión y la misión, el 37,5% con frecuencia mientras que el 12,5% pocas veces.

Hay un porcentaje minoritario que no comparte la visión y la misión de la Fundación se debe re posicionar en la mente del personal la cultura organizacional de la misma.

### 11. Tengo claro los objetivos de la Fundación

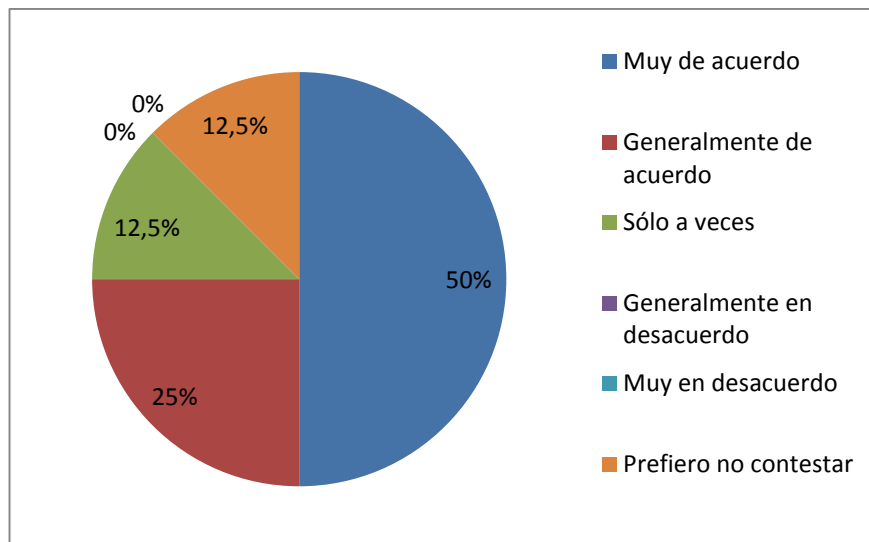


Gráfico 44: Pastel Estadístico de la pregunta 11 de la encuesta aplicada al personal del área de Protección Social.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% del personal encuestado del área de Protección Social de la “ Fundación Tierra Nueva”, el 50% se encuentran muy de acuerdo con los objetivos de la Fundación, el 25% están generalmente de acuerdo, el 12,5% solo a veces y el otro 12,5% prefieren no contestar.

Los objetivos de la Fundación no están claros para los colaboradores de esta área por lo que se debe realizar actividades las cuales permita que los colaboradores de esta área trabajen bajo un mismo lineamiento al igual que los de otras áreas que conforman la "Fundación Tierra Nueva".

12. La Fundación me hace sentir miembro importante de ella.

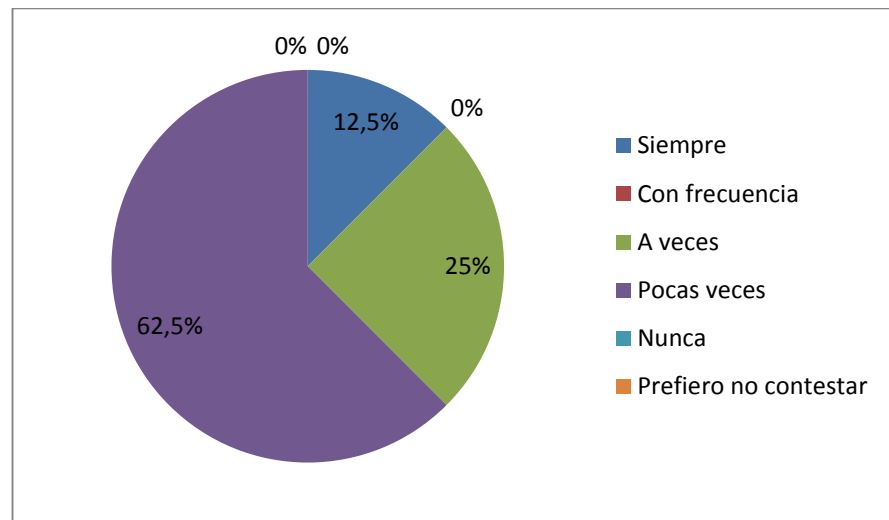


Gráfico 45: Pastel Estadístico de la pregunta 12 de la encuesta aplicada al personal de área de Protección Social.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% de personas encuestadas del área de Protección Social de la “Fundación Tierra Nueva”, el 62,5% se siente pocas veces miembro importante de la misma, 25% a veces y el 12,5% menciona que siempre.

El personal no se siente miembro importante de la Fundación, por eso se recomienda hacer actividades para crear un vínculo de pertenencia entre los mismos de esta manera se tomara en cuenta este sentir del personal.

13. La institución ofrece actividades que enriquece la capacitación laboral

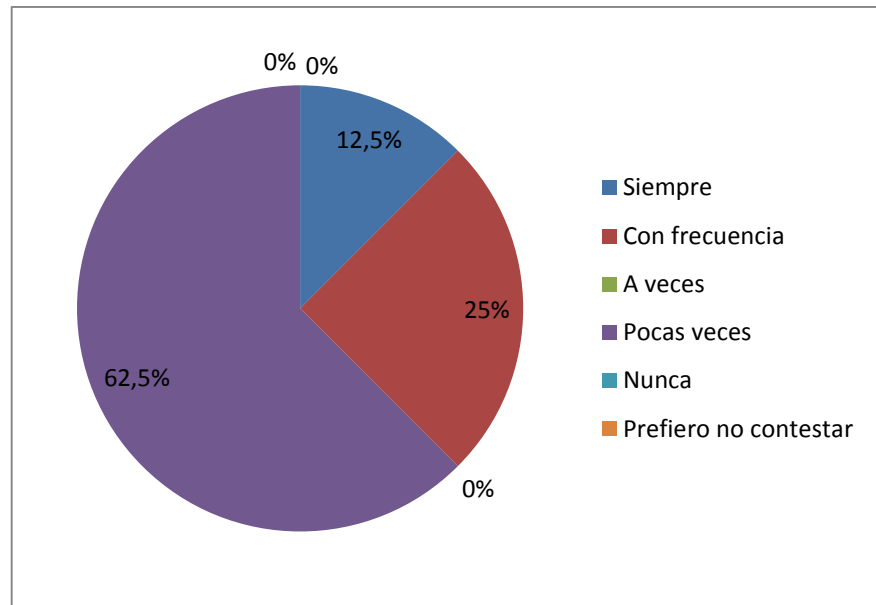


Gráfico 46: Pastel Estadístico de la pregunta 13 de la encuesta aplicada al personal del área de Protección Social.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% del personal encuestado del área de Protección Social de la “ Fundación Tierra Nueva “, el 62,5% menciona que pocas veces hay actividades que enriquecen la capacitación laboral, el 25% dice que con frecuencia se da estas actividades y el 12,5% siempre.

La fundación no presenta actividades que enriquezcan a los conocimientos del personal se debe implementar tácticas las cuales ayuden con la capacitación de cada uno de los mismos y así optimizar el trabajo de cada uno de ellos.

14. Tengo una relación cordial con mis compañeros fuera de la institución

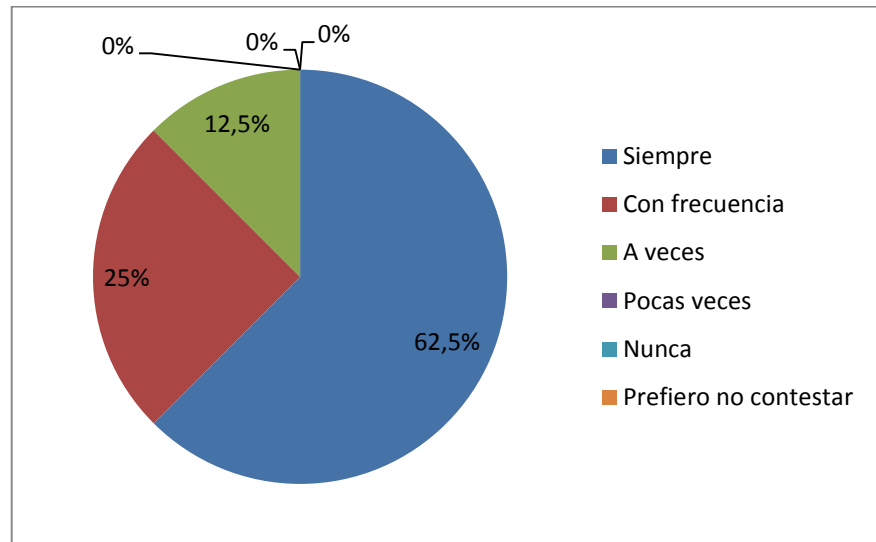


Gráfico 47: Pastel Estadístico de la pregunta 6 de la encuesta aplicada al personal del área de Protección Social.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% de personas encuestadas del área de Protección Social de la “Fundación Tierra Nueva”, el 62,5%, considera que siempre tienen una relación cordial fuera de la institución mientras que el 25% con frecuencia y el 12,5% piensa que a veces se mantiene esta relación .

Se debe realizar actividades para fortalecer la relación dentro y fuera de la institución entre el personal para obtener un clima laboral bueno y así facilite el trabajo dentro de esta área.



15. En general la comunicación es efectiva en la Fundación

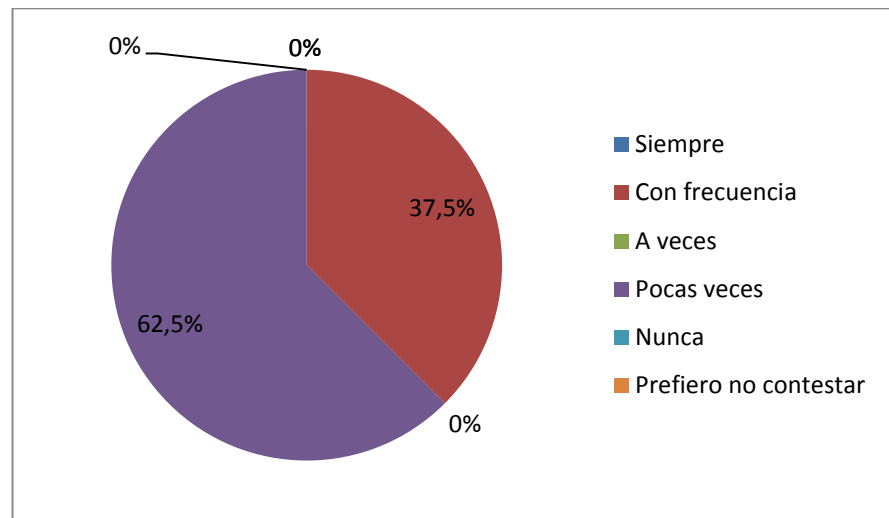


Gráfico 48: Pastel Estadístico de la pregunta 15 de la encuesta aplicada al personal del área de Protección Social.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% de personas encuestadas del área de Protección Social de la “Fundación Tierra Nueva” , el 62,5% nos indica que pocas veces la comunicación es efectiva y el 37,5% piensa que con frecuencia.

Hay que trabajar en la comunicación entre los colaboradores de esta área con el resto de la Fundación así lograremos que la comunicación fluya y se efectiva.

### 3.1.9.4 Centro de salud

1. En relación a las condiciones físicas de su puesto de trabajo (iluminación, temperatura, ventilación, espacio, volumen de ruidos, etc.) usted considera que éste es:

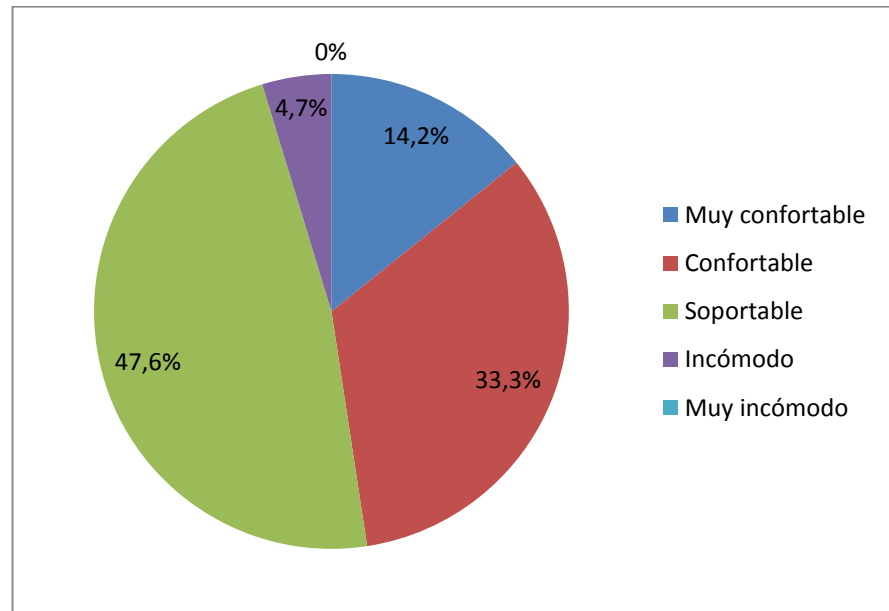


Gráfico 49: Pastel Estadístico de la pregunta 1 de la encuesta aplicada al personal del Centro de Salud Quito Sur.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% del personal encuestado del Centro de Salud Quito Sur de la “Fundación Tierra Nueva”, el 47,6%, siente que su espacio físico en el cual está trabajando es soportable, el 33,3% considera que es un espacio confortable, 14,2% piensa que es muy confortable y el 4,7% incomodo.

Aunque la mayoría del personal se siente cómodo en el espacio físico de su trabajo hay un porcentaje minoritario que se siente incómodo se puede implementar actividades que recompense este sentir del

personal ya que reubicarlos es un poco complicado por la situación de la Fundación.

2. Usted calificaría su carga de trabajo habitual como:

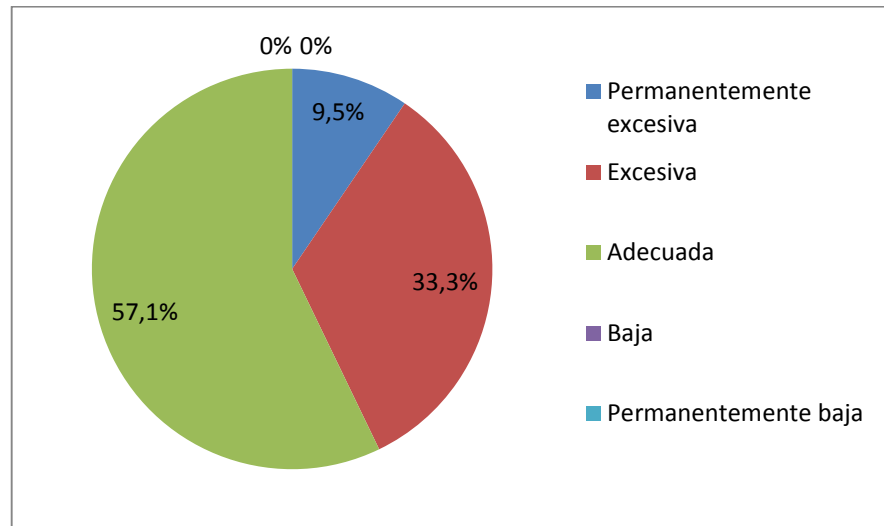


Gráfico 50: Pastel Estadístico de la pregunta 2 de la encuesta aplicada al personal del Centro de Salud Quito Sur.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% de personas encuestadas del Centro de Salud Quito Sur de la “Fundación Tierra Nueva”, el 57,1% considera que la carga habitual de trabajo es adecuada, el 33,3% excesiva y el 9,5% permanentemente excesiva.

La carga habitual dentro del Centro de Salud para el personal es excesiva y se debe proponer tácticas y las mismas debe tener medición para poder equilibrar la carga de trabajo para cada colaborador.

3. ¿Cómo valoraría usted la cantidad de información que recibe para llevar a cabo su trabajo?

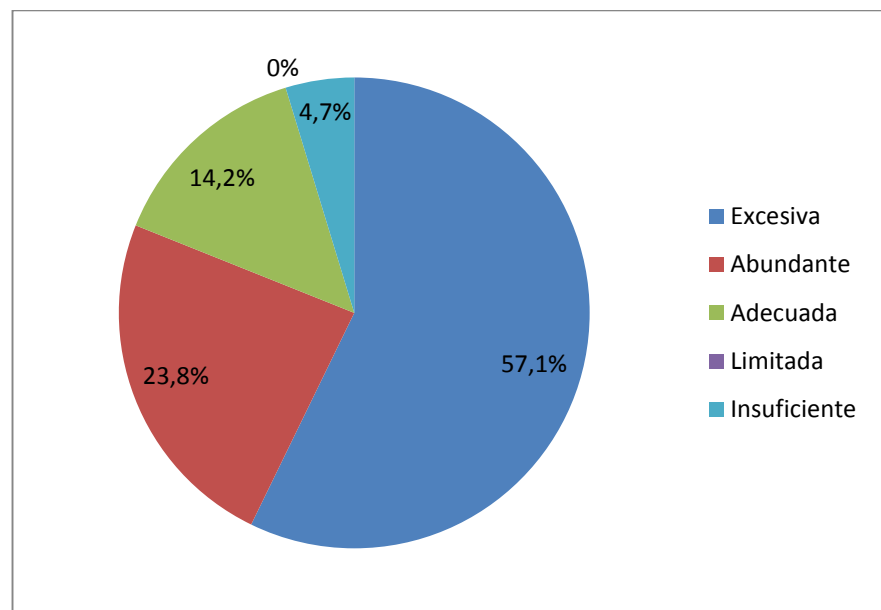


Gráfico 51: Pastel Estadístico de la pregunta 3 de la encuesta aplicada al personal del Centro de Salud Quito Sur.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% de personas encuestadas del Centro de Salud de la “Fundación Tierra Nueva” , el 57,1 %nos indica que la información que recibe es excesiva, el 23,8% abundante, 14,2% adecuada y el 4,7% recibe una limitada información.

Hay un porcentaje minoritario el cual menciona que recibe información limitada por eso se recomienda trabajar en actividades para que dicha información sea receptada de igual manera.

4. ¿Considera usted que comprende los objetivos del departamento en que trabaja?

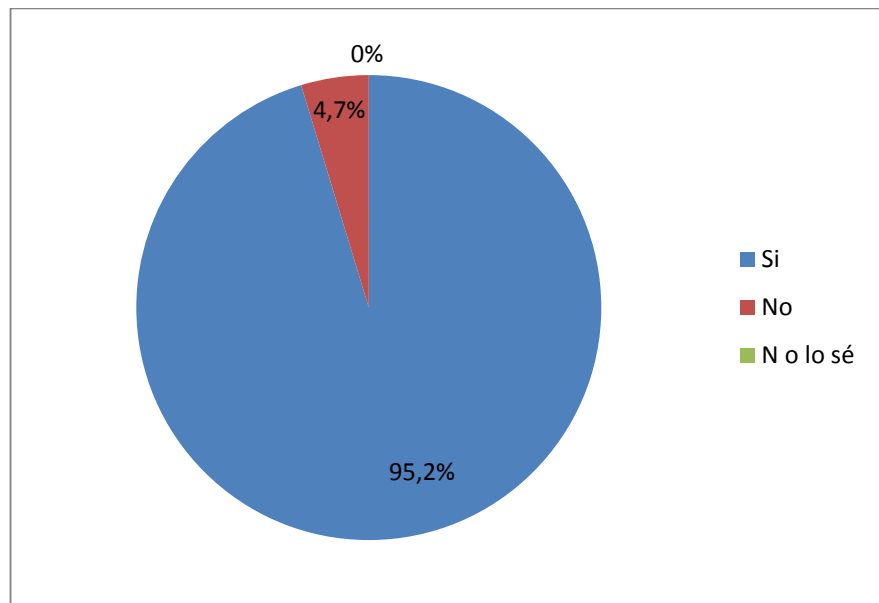


Gráfico 52: Pastel Estadístico de la pregunta 4 de la encuesta aplicada al personal del Centro de Salud Quito Sur.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% del personal encuestado del Centro de Salud Quito Sur de la “Fundación Tierra Nueva”, el 95,2% si comprende los objetivos planteados y el 4,7% no.

Se recomienda re posicionar los objetivos de esta área en el personal para así el 100% del personal trabajen bajo un mismo lineamiento.

5. ¿Está usted de acuerdo en la manera cómo está gestionado el departamento en el que trabaja respecto a las metas que éste tiene encomendadas?

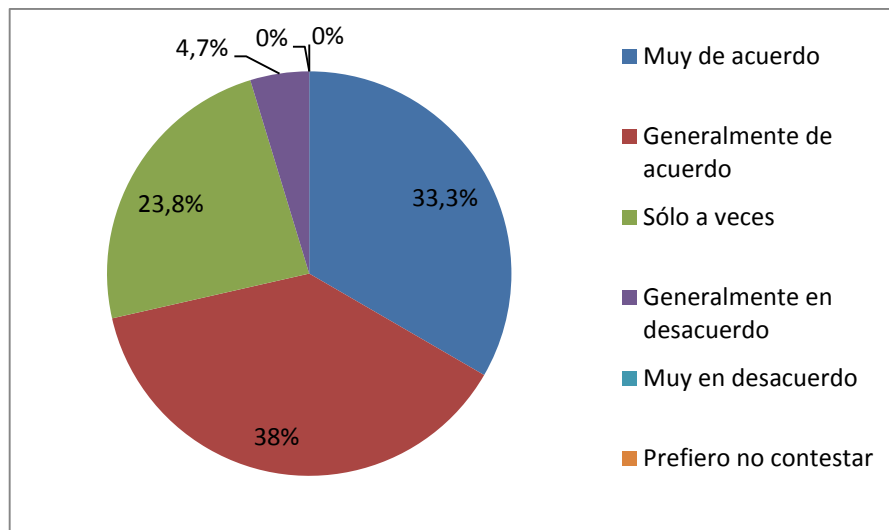


Gráfico 53: Pastel Estadístico de la pregunta 5 de la encuesta aplicada al personal del Centro de Salud Quito Sur.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% del personal encuestado del Centro de Salud Quito Sur de la “Fundación Tierra Nueva”, el 38% generalmente está de acuerdo con la gestión de metas del Centro de Salud, 33,3% muy de acuerdo, 23,8% solo a veces, y el 4,7% generalmente en desacuerdo.

Proponer diferentes formas de gestión con respecto a las metas implementadas por el Centro de Salud ya que no todos sus colaboradores están de acuerdo con la gestión que se impone actualmente.

6. Su persona responsable o supervisor, ¿tiene una actitud abierta respecto a sus puntos de vista y escucha sus opiniones respecto a cómo llevar a cabo sus funciones?

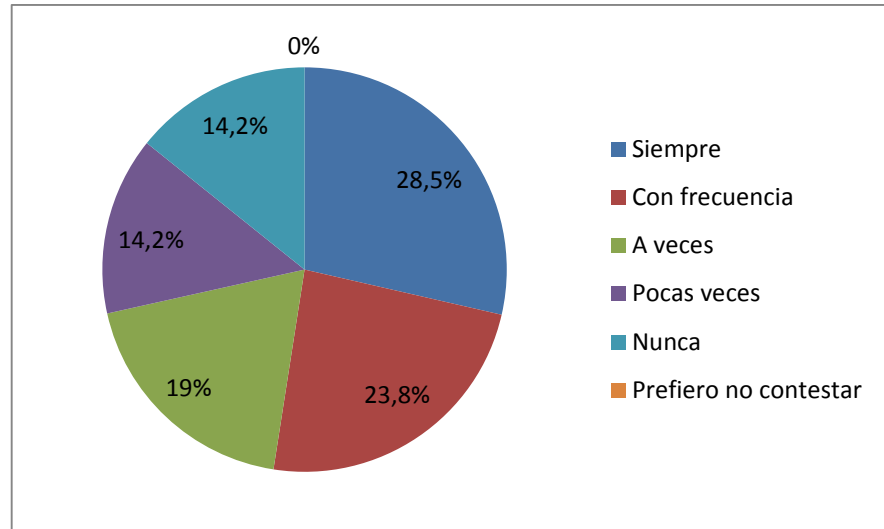


Gráfico 54: Pastel Estadístico de la pregunta 6 de la encuesta aplicada al personal del Centro de Salud Quito Sur.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% del personal encuestado del Centro de Salud Quito Sur de la “Fundación Tierra Nueva”, el 28,5 piensa que su responsable o supervisor siempre los escucha y está abierto a sus opiniones, el 23,8% consideran que con frecuencia los escuchan, 19% a veces, 14,2% pocas veces y el otro 14,2% nunca.

El supervisor o persona responsable es considerada como una persona que no es abierto para escuchar las opiniones de su personal que se encuentra bajo su responsabilidad se recomienda realizar actividades en las cuales permita restablecer esta relación.

7. ¿Cómo describiría el clima de trabajo con sus compañeros?

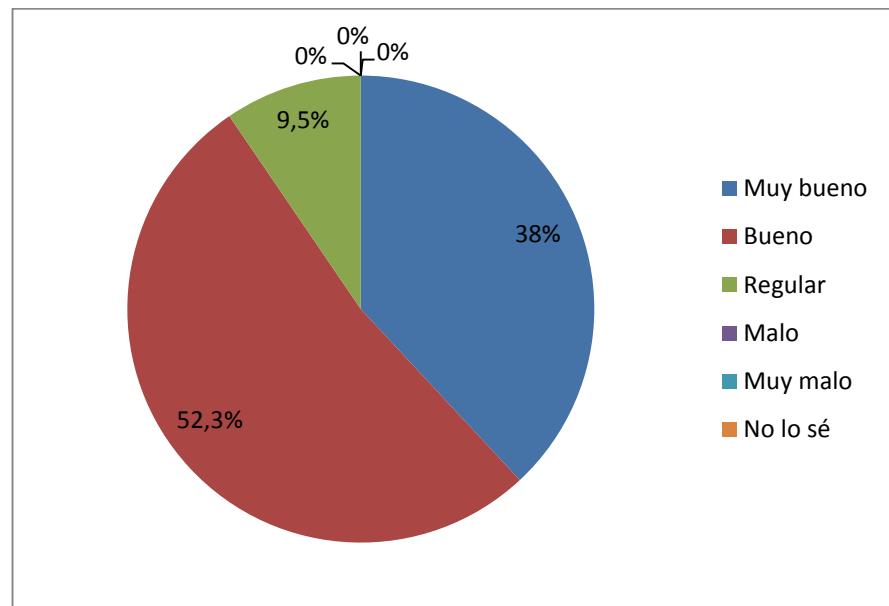


Gráfico 55: Pastel Estadístico de la pregunta 7 de la encuesta aplicada al personal del Centro de Salud Quito Sur.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% del personal encuestado del Centro de Salud Quito Sur de la “Fundación Tierra Nueva”, el 52,3%, considera que la relación con sus compañeros es buena mientras que el 38% piensa que es muy buena y el 9% regular.

La relación entre compañeros es buena en la mayoría del personal del Centro de Salud pero en cierto grupo minoritario consideran que es regular por lo que se debe implementar estrategias en las que se trabaje la relación entre compañeros y de esta manera llegar a un clima laboral eficaz.



8. ¿Cómo valora a la Fundación Tierra Nueva como un lugar para trabajar?

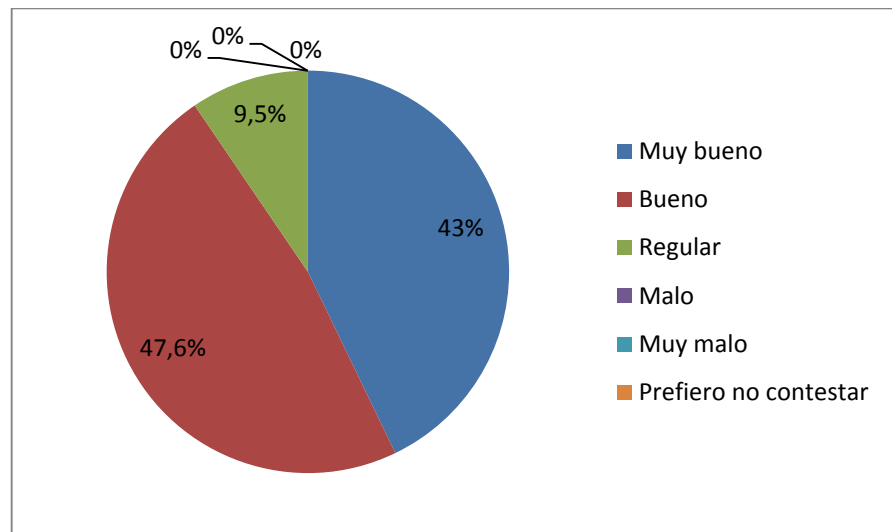


Gráfico 56: Pastel Estadístico de la pregunta 8 de la encuesta aplicada al personal del Centro de Salud Quito Sur.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% del personal encuestado del Centro de Salud de la “Fundación Tierra Nueva”, el 47,6% valora a la Fundación como un lugar bueno, 43% la considera como muy bueno, y el 9,5% piensa que es regular.

Con el grupo minoritario que considera que es regular se debe realizar acciones en las que se ayude al personal a sentirse a gusto en su lugar de trabajo y así los mismos valoraran a la Fundación como un lugar bueno para realizar sus actividades a diario sobre todo que se den cuenta que la misma también valora su trabajo y los recompensa.

9. ¿Cómo calificaría su nivel de satisfacción por trabajar en la Fundación Tierra Nueva?

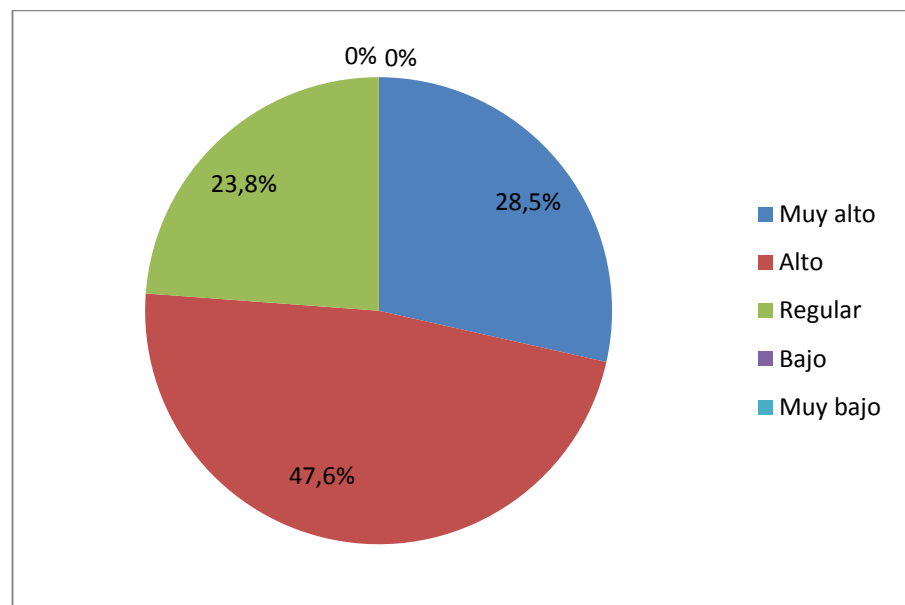


Gráfico 57: Pastel Estadístico de la pregunta 9 de la encuesta aplicada al personal del Centro de Salud Quito Sur.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% de personas encuestados del Centro de Salud Quito Sur de la “Fundación Tierra Nueva” el 47,6% siente un alto nivel de satisfacción, el 28,5% considera muy alto, y 23,8% regular.

No existe satisfacción en el 100% del personal de Centro de Salud, se recomienda realizar actividades en las cuales se demuestra el valor que tiene el trabajo de cada colaborador para la Fundación y así incentivar el sentido de pertenencia.

### 10. Comparto la visión y la misión de la Fundación.

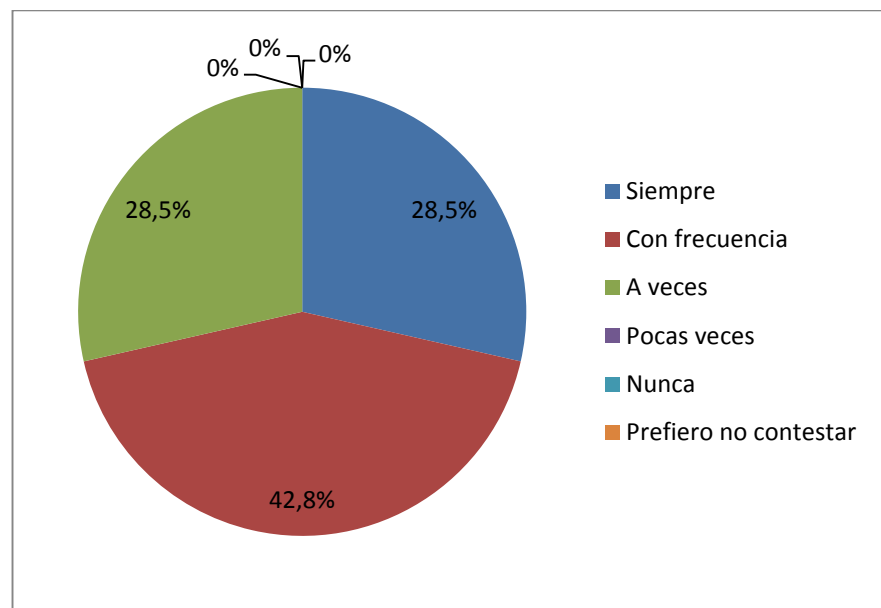


Gráfico 58: Pastel Estadístico de la pregunta 10 de la encuesta aplicada al personal del Centro de Salud Quito Sur.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% de personas encuestadas del Centro de Salud Quito Sur de la Fundación "Tierra Nueva", el 42,8% comparte con frecuencia la visión y misión, el 28,5% siempre y el otro 28,5% a veces.

Se debe re posicionar la misión y visión de la Fundación en el personal del Centro Salud ya que existe un porcentaje minoritario que no las comparten de esta manera fortalecemos a la cultura organizacional de la institución.

### 11. Tengo claro los objetivos de la Fundación.

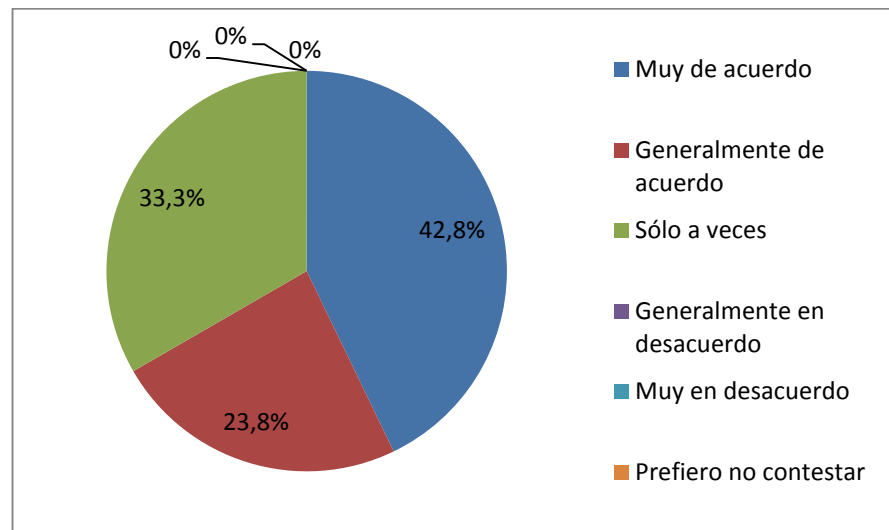


Gráfico 59: Pastel Estadístico de la pregunta 11 de la encuesta aplicada al personal del Centro de Salud Quito Sur.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% del personal encuestado del Centro de Salud Quito Sur de la “Fundación Tierra Nueva” el 42,8% está muy de acuerdo con los objetivos de la Fundación, el 23,8% esta generalmente de acuerdo y el 33,3% solo a veces.

Las actividades en las cuales se trabaje el reconocimiento de los objetivos bajo los cuales debe trabajar el personal se debe implementar en el Centro de Salud ya que los mismos no están claros en un cierto grupo del personal encuestado.

12. La Fundación me hace sentir miembro importante de ella.

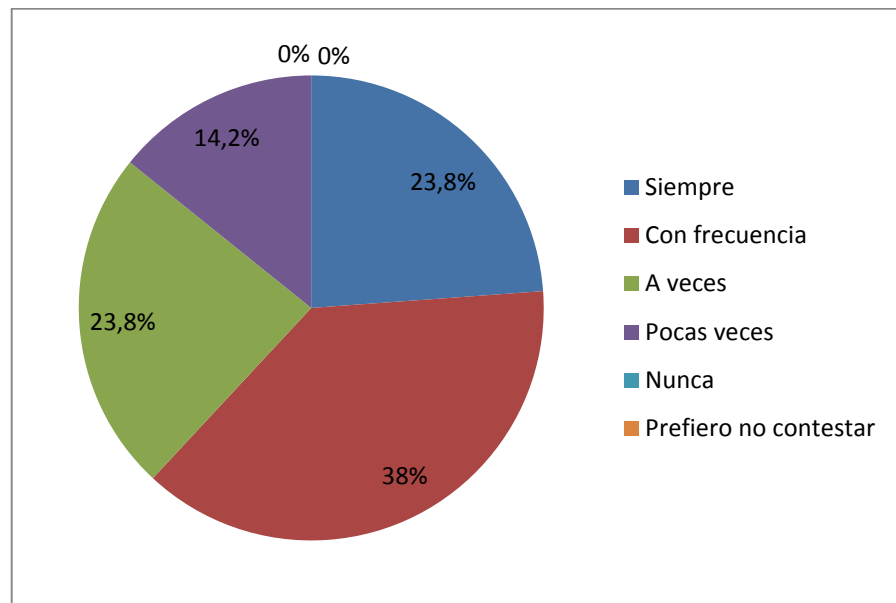


Gráfico 60: Pastel Estadístico de la pregunta 12 de la encuesta aplicada al personal del Centro de Salud Quito Sur.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% de personas encuestadas del Centro de Salud Quito de la “ Fundación Tierra Nueva”, 38% se siente con frecuencia miembro importante, 23,8 % siempre pero el otro 23,8% a veces y el 14,2% pocas veces.

La Fundación puede realizar actividades en las cuales se demuestre al personal que su trabajo es importante dentro de la misma ya que sus colaboradores no se sienten miembros importantes y de esta manera promovemos el sentido de pertenencia que es importante dentro de una institución.

13. La institución ofrece actividades que enriquece la capacitación laboral.

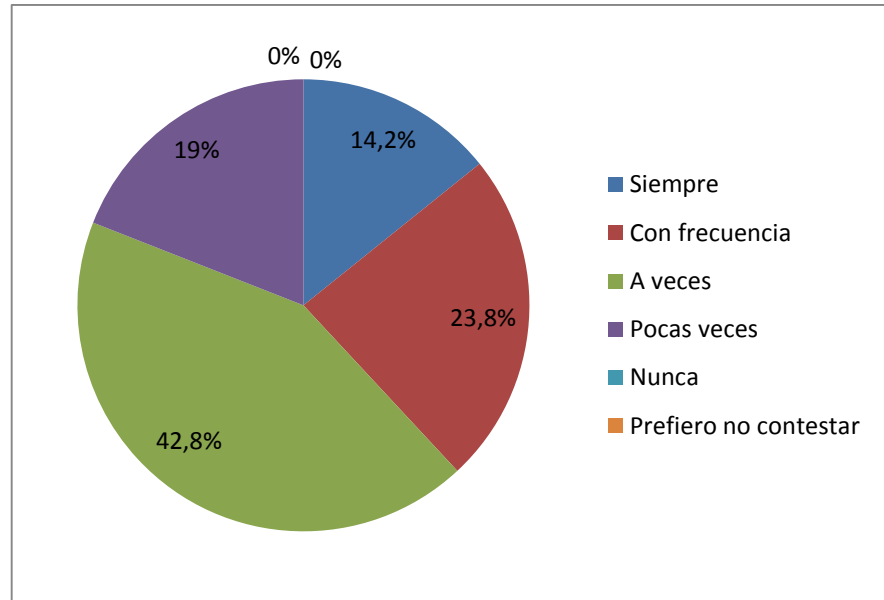


Gráfico 61: Pastel Estadístico de la pregunta 13 de la encuesta aplicada al personal del Centro de Salud Quito Sur.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% de personas encuestadas del de la “Fundación Tierra Nueva”, el 42,8% considera que a veces se brinda actividades enriquecen a la capacitación laboral, 23,8% nos indica que con frecuencia se da dichas actividades, 19% pocas veces y el 14,2% nunca.

Se debe implementar capacitaciones continuas al personal del Centro de Salud de esta manera las actividades laborales fluirán eficientemente.

14. Tengo una relación cordial con mis compañeros fuera de la institución.

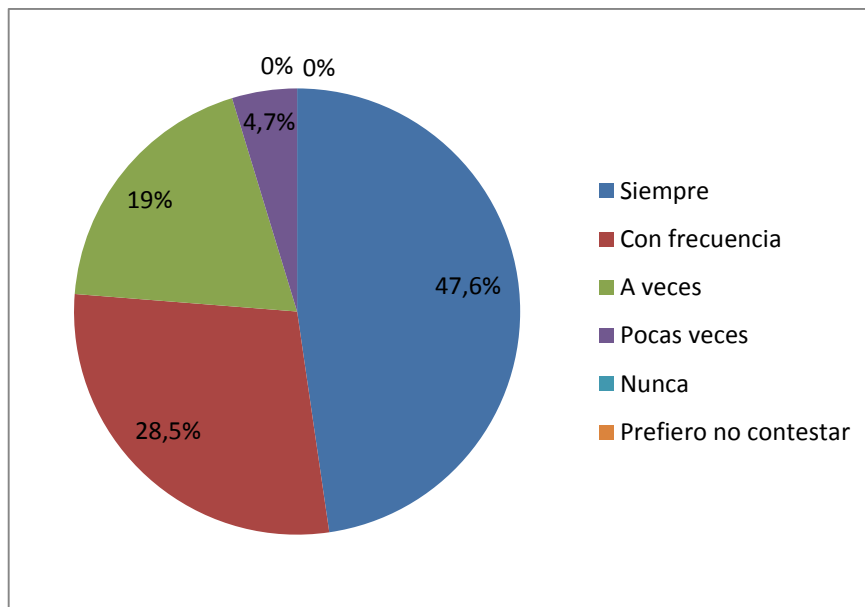


Gráfico 62: Pastel Estadístico de la pregunta 14 de la encuesta aplicada al personal del Centro de Salud Quito Sur.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% del personal encuestado del Centro de Salud de la “ Fundación Tierra Nueva” , el 47,6% siempre tiene una relación cordial fuera de la institución, mientras que el 28,5% con frecuencia, el 19% a veces y el 4,7% pocas veces.

La relación dentro y fuera de la institución entre compañeros es importante para no afectar al clima laboral dentro de la institución por lo que se recomienda implementar estrategias en las cuales se fortalezcan los lazos de compañerismo y así mejorar la relación que algunos colaboradores la describen como regular.

### 15. En general la comunicación es efectiva en la Fundación

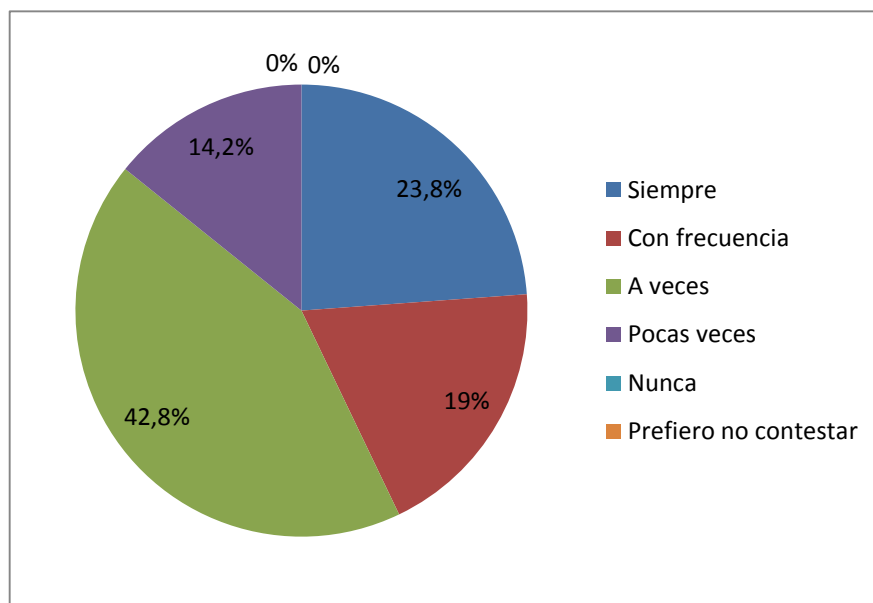


Gráfico 63: Pastel Estadístico de la pregunta 15 de la encuesta aplicada al personal del Centro de Salud Quito Sur.

Elaborado por: Johanna Veloz

**Interpretación:** Del 100% del personal encuestado del Centro de Salud Quito Sur de la “Fundación Tierra Nueva”, el 42,8% considera que a veces se da una comunicación efectiva dentro de la Fundación, 23,8% menciona que siempre se da una comunicación efectiva, 19% con frecuencia y el 14,2% pocas veces.

Existe un problema de comunicación poco efectiva entre los colaboradores del Centro de Salud con el resto de la Fundación es importante implementar tácticas comunicacionales diferentes para poder establecer una comunicación efectiva y eficaz.



### 3.1.10 Conclusiones de la investigación aplicada

#### 3.1.10.1 Conclusión del resultado que arrojó la encuesta aplicada por área:

**Salud:** Es el área más grande que tiene la Fundación tierra nueva y la más complicada al momento de aplicar la encuesta, a continuación exponemos los frenos internos que se encontró durante la investigación.

- No existe satisfacción con su lugar de trabajo.
- El personal no se siente miembro importante de la “Fundación Tierra Nueva”.
- El personal no cuenta con capacitaciones laborales.
- Consideran que la comunicación en la Fundación tiene falencias.

**Educación:** Es un área que está dividido por tres partes, el “Centro Infantil Quito Sur”, “Centro Infantil Mena 2” y “CDI”, los frenos internos son los siguiente.

- No existe una buena comunicación entre los altos mandos con bajos.
- La relación entre el personal lo califican como regular.
- La satisfacción del personal con su lugar de trabajo es regular.
- El personal no se siente miembro importante de la “Fundación Tierra Nueva”.
- El personal no cuenta con capacitaciones laborales.
- Consideran que la comunicación en la Fundación tiene falencias.

**Protección Social** un área en el cual no fue complicada aplicar la encuesta y nos ayudaron con la investigación.

- Se considera que no hay una buena comunicación entre el supervisor o responsable de esta área con el personal.
- El clima laboral entre compañeros es regular.
- El personal de esta área no se siente miembro importante para la Fundación.
- No existe capacitaciones laborales para el personal.
- La comunicación entre el personal de área con la fundación en general no es efectiva.

**Centro de Salud Quito Sur:** Es la sede en la cual se inició la Fundación Tierra Nueva, la separamos como un área más ya que se considera que el lineamiento de trabajo que sigue el personal es diferente al de las demás áreas, los frenos arrojados por la investigación son.

- El personal considera que no son escuchados por su supervisor o responsable.
- La fundación no le hace sentir al personal como un miembro importante de la misma.
- El personal no recibe capacitaciones laborales.
- La comunicación no es efectiva entre el personal del Centro de Salud con la Fundación.

### **3.1.10.2 Conclusión General de la Fundación Tierra Nueva de la investigación aplicada.**

La Fundación Tierra Nueva se considera una de las fundaciones más grandes de Quito cuenta con varios servicios como Salud, Protección Social, Educación esto implica que se haya expandido físicamente, ahora se encuentran en la Quito Sur, Mena 2, Av. Rumichaca y llegan hasta Amaguaña, esto es uno de los factores más importantes para que no haya una comunicación efectiva dentro de la misma, a la vez no existe un organigrama de la institución el cual nos guíe al momento de referirnos con las autoridades, el personal considera que la Fundación no les presta la debida atención como miembro importante ni les da capacitaciones laborales que les ayudaría en su actividad laboral esto con lleva a que el personal no tenga sentido de pertenencia con la institución ni la valore como un buen lugar para trabajar.

La relación entre el personal es buena por lo que nos ayuda a que su día de trabajo sea confortable en el sentido de relaciones interpersonales que existe en la Fundación.

Se debe tomar en cuenta que la entrevista fue realizada a los directores y coordinadores de cada departamento de la Fundación Tierra Nueva como conclusión describen que la relación con sus colaboradores es buena los ven como personas responsables y activas , mencionan que es un poco complicado motivar a sus colaboradores porque no cuentan con los recursos necesarios, todos coinciden que un líder positivo dentro de la Fundación debe ser un ejemplo y formador para sus colaboradores ” Un líder súper positivo dentro de la Fundación para mí

fue el Padre Carollo el era un hombre emprendedor, no era un hombre de reírse, ni alegre, era parco, todos los días de la mañana pasaba por cada área te preguntaba como estabas, que necesitabas y si se enteraba que paso algo con alguna persona al otro día te daba una palmoteada en la espalda y te decía sigue sigue adelante” (Rosas, Vicky);el se ocupaba de todo , mencionan que el personal de cada departamento trabajan conjuntamente para llegar a los objetivos planteados por cada departamento , básicamente la comunicación de cada departamento es directa y por protocolo o diferentes circunstancias vía mail.

En cuanto a las donaciones la Fundación Tierra Nueva cuenta con donantes extranjeras y nacionales, aquí en el Ecuador sus donantes potenciales son adultos mayores otros son empresariales pero apenas tienen dos o tres convenios, tienen inconvenientes al momento de establecer estrategias para afianzar las alianzas por falta de personal que se dedique netamente a este trabajo.

En cuanto a los donantes extranjeros son considerados muy importantes por la cantidad de aportaciones que llegan a la Fundación por ejemplo las brigadas médicas ayudan con medicamentos para el Hospital la madre Simur de Alemania que es vocera de la Fundación y la que más aporte económico da a la misma.

El problema principal es que no hay la debida importancia para este departamento.

La Fundación Tierra Nueva es una organización grande que abarca la mayoría de servicios no solo se enfocó en el área social si no que busco su propia entrada económica para poder mantenerse, tiene convenios con instituciones importantes , es acogida y reconocida por la mayoría de personas que habitan el sur de la ciudad de Quito, como toda organización tiene sus altos y sus bajos la Fundación Tierra Nueva no es la excepción y tiene falencias significativas que se refleja en el personal que labora en dicha institución.

El personal no se siente conforme ya que cree que no existe un lineamiento de comunicación a la vez no se refleja sentido de pertenencia por los mismos, ven una confusión grande al momento de referirse a las autoridades.

Cada área no refleja problemas de comunicación con sus supervisores inmediatos al contrario tienen una relación buena y efectiva, el problema es con los altos mandos de la Fundación en general.

En el Centro de Salud Quito Sur su personal está dividido por las mismas áreas que en el Hospital “Un Canto a la Vida” por ejemplo; seguros, servicio al cliente, estadística, y sus supervisores inmediatos son los mismos que en el Hospital pero aquí si encontramos un problema de organización ya que su jefa inmediata es una sola persona para todo el personal y consideran que no tienen comunicación alguna con los supervisores inmediatos que se encuentran trabajando en el Hospital.

Para manejar una fundación o una organización sin fines de lucro se considera importante tener un departamento de comunicación integral y la Fundación Tierra Nueva no maneja dicho departamento con la debida importancia que este merece.

### **3.1.11 Validación de la idea a defender**

Después de la investigación aplicada en la Fundación “Tierra Nueva”- Hospital “Un Canto a la Vida” Padre Carollo, se puede analizar los problemas comunicacionales que existen, su clima laboral no es óptimo, su personal no tiene sentido de pertenencia, la fundación no demuestra importancia por sus colaboradores, también hay una carencia de proyectos enfocados a donantes, no existe un seguimiento para poder mejorar la relación con los actuales y a su vez haya nuevas alianzas estratégicas.

Por lo tanto un plan de comunicación interna y de relaciones públicas para la Fundación “Tierra Nueva” –Hospital “Un Canto a la Vida” Padre Carollo, es indispensable como se mencionó en la idea a defender ya que requiere mejorar varios aspectos de la comunicación interna y proponer nuevos planes estratégicos para obtener nuevos donantes que es indispensable tener como una organización no lucrativa.

## 4 CAPÍTULO IV: PROPUESTAS ESTRATÉGICAS

### Plan de Comunicación Interna para organizaciones no gubernamentales

Caso: “Fundación Tierra Nueva”.

#### 4.1 Diagnóstico de la Investigación

| FORTALEZAS  | OPORTUNIDADES   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• La “Fundación Tierra Nueva” es considerada una de las más grandes de la ciudad de Quito por su labor a realizar con la comunidad.</li> <li>• Cuenta con servicios de Salud Educación y Protección Social.</li> <li>• La comunicación interna que manejan las áreas de la “Fundación Tierra Nueva” es muy buena por la relación entre el personal.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener una comunicación interna efectiva.</li> <li>• Tener colaboradores que trabajen bajo la misión de la Fundación.</li> <li>• Tener un clima laboral óptimo para desempeñar actividades y de la misma manera se crea un sentido de pertenencia.</li> </ul> |
| DEBILIDADES   | AMENAZAS  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• No existe una comunicación efectiva dentro de la</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• La información que circule en la Fundación no sea la verídica o</li> </ul>   |

|   |  |
|---|--|
| <p>“Fundación Tierra Nueva”.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La comunicación entre los altos mando con los bajos está deteriorada.</li> <li>• No existe una estructura organizacional de la “Fundación Tierra Nueva”.</li> <li>• No hay motivación por parte de la Fundación hacia sus colaboradores.</li> <li>• El personal de la Fundación no tiene sentido de pertenencia con la misma</li> <li>• Ausencia de un departamento de Relaciones Públicas bien establecido.</li> </ul> | <p>la misma sea incompleta.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Existencia de rumores</li> <li>• Su personal busque mejores oportunidades laborales.</li> <li>• La comunicación entre altos y bajos mandos no tenga solución</li> </ul> |
|---|--|

Tabla 3: Análisis FODA

Elaborado por: Johanna Veloz

## 4.2 Objetivos del Plan de Comunicación Interna para la “Fundación Tierra Nueva”

### 4.2.1 Objetivo General

Restablecer la comunicación interna basada en estrategias y tácticas a fines a la funcionalidad de la “Fundación Tierra Nueva”, serán evaluadas por medio de la conducta e interés del target en el lapso de un año.



#### 4.2.2 Objetivos Específicos

- Restablecer la estructura organizacional.
- Fortalecer los canales de comunicación.
- Fomentar cultura participativa.

#### 4.3 Públicos

El presente Plan de Comunicación Interna está dirigido a los siguientes Públicos (personal de la Fundación) que están divididos por áreas.

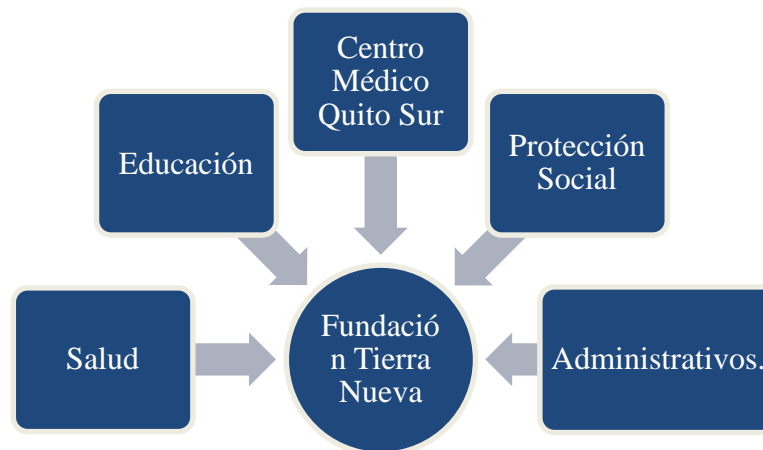


Gráfico 64: Análisis Stakeholders (Donaldson y Preston(1995))

Elaborado por: Johanna Veloz

|         |  |   |
|---------|--|---|
| INTERÉS | -Educación.<br>- Protección Social.<br><b>Mucho interés</b><br><b>poco poder</b> | -Centro Médico.<br><br><b>Mucho interés</b><br><b>mucho poder</b> |
|         | -Administrativos<br><br><b>Poco interés</b><br><b>poco poder</b>                 | -Salud<br><br><b>Poco interés</b><br><b>mucho poder</b>           |
|         | PODER  |   |

Gráfico 65: Priorización de los públicos. (Johnson y Scholes (2001)).

Elaborado por: Johanna Veloz

#### 4.4 Mensajes

Se utilizara los siguientes mensajes como refuerzo de cada objetivo específico planteado.

- Todos para uno y uno para todos

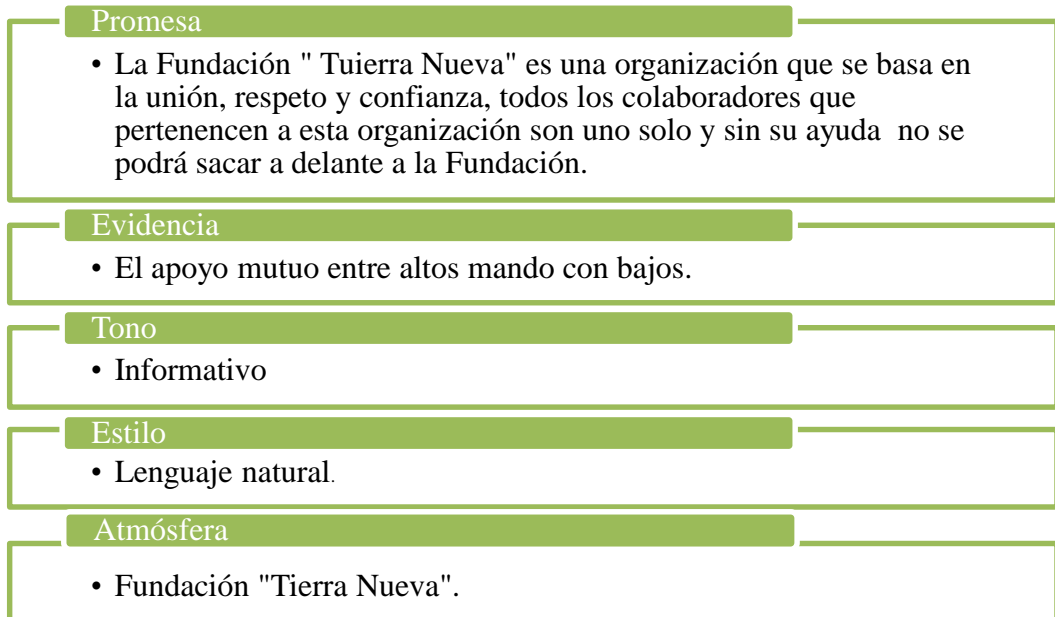


Gráfico 66: Análisis del mensaje.

Elaborado por: Johanna Veloz.

- Todos por un mismo camino

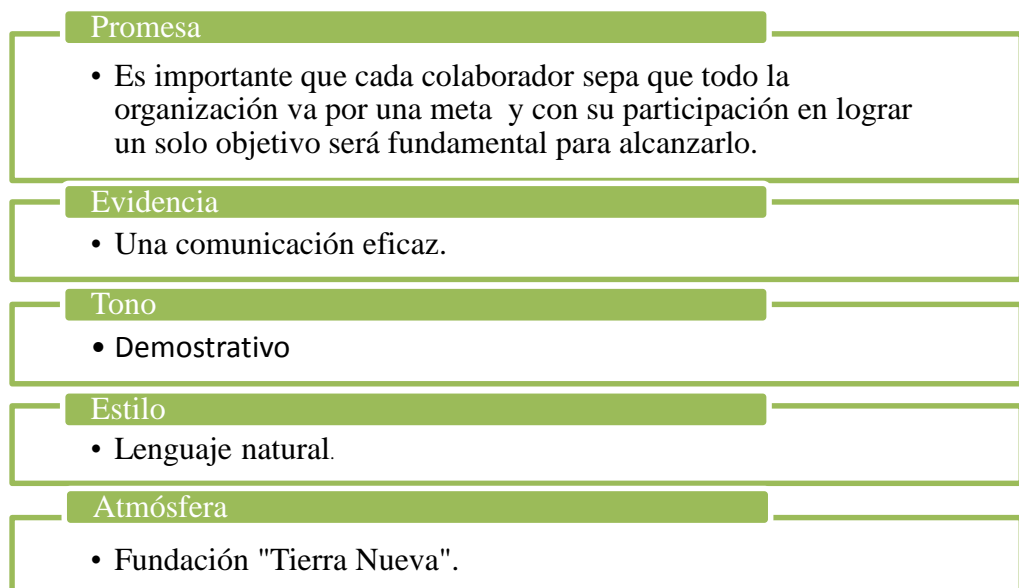


Gráfico 67: Análisis del mensaje

Elaborado por: Johanna Veloz

- Valoramos tu esfuerzo.

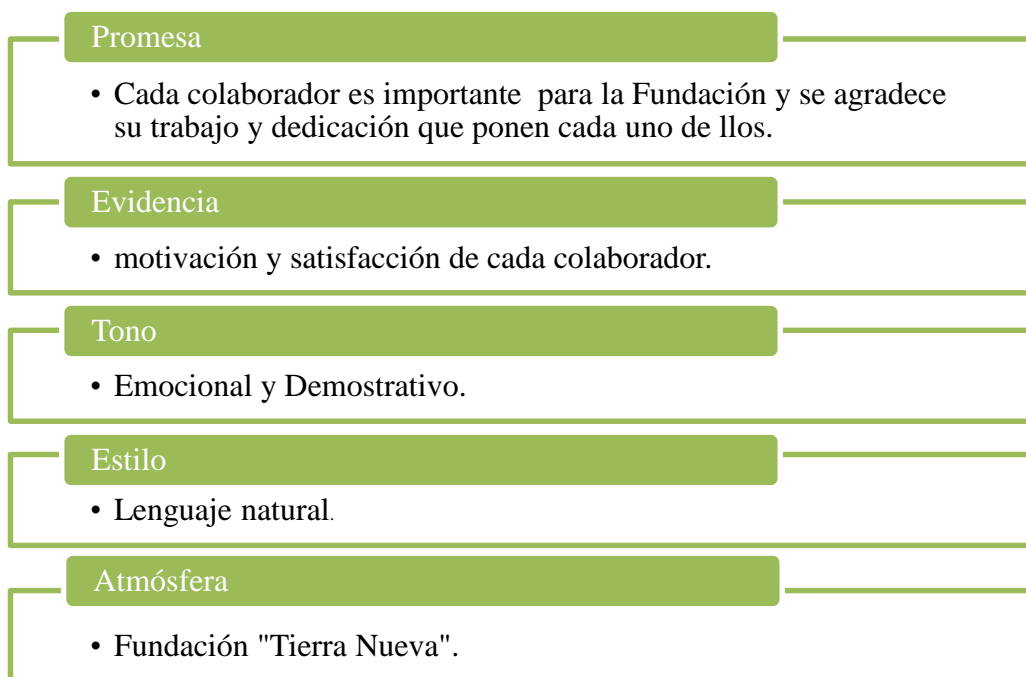


Gráfico 68: Análisis del mensaje.

Elaborado por: Johanna Veloz.

#### 4.5 Estrategias y Tácticas

Rediseñar la estructura organizacional.

**Mensaje:** Todos para uno y uno para todos.

| <b>ESTRATEGIA</b>          | <b>TÁCTICA</b>   | <b>ACTIVIDAD</b>  | <b>RESPONSABLE</b>            | <b>DURACIÓN</b> | <b>PERCEPCIÓN</b>  | <b>INDICADOR DE MEDICIÓN</b>  |
|----------------------------|--|---|-------------------------------|-----------------|--|---|
| Estructura organizacional. | Crear un organigrama actualizado de la Fundación “Tierra Nueva”. | Se realizará una reunión con la persona encargada de comunicación para realizar dicho organigrama.  | Departamento de Comunicación. |                 | Comportamiento del personal y de las personas externas a la Fundación. | Número de personas que obtienen la información adecuada según el organigrama. |
|                            | Campaña de identificación  | Se utilizará btl en sitios estratégicos se pasara por cada área realizando una actividad de identificación de la estructura organizacional actualizada. | Departamento de comunicación. | Por 3 meses     | Comportamiento del personal.   | Número de personas que obtienen la información adecuada.                      |

Tabla 4: Propuesta

Elaborado por: Johanna Veloz.

Fortalecer los canales de comunicación.

**Mensaje:** Todos por un mismo camino.

| <b>ESTRATEGIA</b>             | <b>TÁCTICA</b>                          | <b>ACTIVIDAD</b>  | <b>RESPONSABLE</b>            | <b>DURACIÓN</b> | <b>PERCEPCIÓN</b>             | <b>INDICADOR DE MEDICIÓN</b>                      |
|-------------------------------|---|---|-------------------------------|-----------------|-------------------------------|---|
| Herramientas comunicacionales | Rediseño de herramientas web 2.0.       | Las herramientas web 2.0 serán actualizadas y dinámicas.  | Departamento de Comunicación. | Cada mes.       | Progreso de la página web.    | Visitas a la página web y número de herramientas. |
|                               | Círculos de calidad.                    | Se realizará los círculos de calidad de dos formas, la primera: serán los coordinadores de cada departamento de la Fundación Tierra Nueva y la segunda serán los coordinadores con su personal que están bajo su responsabilidad para promover la escucha activa. | Departamento de comunicación. | Cada 2 meses.   | Asistencia del personal       | Número de personas que participan activamente.    |
|                               | Buzón de sugerencias y reclamos interno | Este sistema de buzón será colocado en cada departamento se recolectara sugerencias, temas de interés o reclamos que serán hablados en  | Depártame de comunicación.    | Cada semana.    | Percepción de la información. | Número de sugerencias o reclamos.                 |

|  |                             |   |                               |                 |                               |  |
|--|-----------------------------|---|-------------------------------|-----------------|-------------------------------|--|
|  |                             | cada círculo de calidad.  |                               |                 |                               |  |
|  | Infografías                 | Se ubicara estas infografías que relataran proyectos actuales de cada área y de esta manera socializamos actividades diferentes y de interés en cada punto estratégico de la Fundación  | Departamento de Comunicación. | Cada mes.       | Percepción de la información. | Número de personas que tengan la debida información. |
|  | Actividadesextra ordinarias | Se realizara convivencias con el personal de la Fundación para establecer lazos de compañerismo, también se realizara una inauguración de deportes en la que participen todo el personal y de esta forma crear tiempo de dispersión | Depártame de Comunicación.    | Una vez al año. | Asistencia del personal.      | Nivel de satisfacción por parte del personal.        |

Tabla 5: Propuesta

Elaborado por : Johanna Veloz.

Fomentar cultura participativa

**Mensaje:** Valoramos tu esfuerzo

| <b>ESTRATEGIA</b>                               | <b>TÁCTICA</b>                | <b>ACTIVIDAD</b>  | <b>RESPONSABLE</b>            | <b>DURACIÓN</b>  | <b>PERCEPCIÓN</b>             | <b>INDICADOR DE MEDICIÓN</b>                   |
|---|-------------------------------|---|-------------------------------|--|-------------------------------|--|
| Culturalización de la misión visión y objetivos | Inducciones y re-inducciones. | Se dará inducciones para el nuevo personal que entre a conformar la Fundación “Tierra Nueva” y para los colaboradores antiguos organizaremos una re-inducción, los temas a tratar principalmente será su cultura organizacional esta actividad se realizará tanto en el Hospital “Un Canto a la Vida” o en el | Departamento de Comunicación. | Cuando haya personal nuevo y para los antiguos cada 6 meses. | Asistencia del personal.      | Número de personas que participan activamente. |
|   | Creación de leyenda           | Esta leyenda será del fundador Padre Carollo para que su pasado no sean solo fechas y logros, sino que tengan todo un   | Departamento de Comunicación. | Una vez al año.  | Percepción de la información. | Número de personas que conozcan la información |



|  |   |   |  |               |                             |  |
|--|---|---|--|---------------|-----------------------------|--|
|  |   | sentido de cumplimiento de un sueño y colocarla en sitios web, instalaciones de la Fundación en general, imprimirla para que este sea entregado al público externo.                 |  |               |                             |  |
|  | Reuniones de cada área.   | En cada área se hará reuniones en la que se analizará los objetivos impuestos y si estos están siendo comprendidos y gestionados de una manera efectiva para con sus colaboradores. | Departamento de Comunicación conjuntamente con cada coordinador. | Cada 3 meses. | Asistencia del personal.    | Número de personas que participen activamente.         |
|  | Reconocimiento al cumplimiento de la cultura organizacional por área. | Cada área debe cumplir con la visión y la misión de la Fundación que se verá reflejado en el servicio que se presta al final el reconocimiento se dará por medio de la revista      | Departamento de Comunicación.                                    | Cada mes.     | Participación del personal. | Número de personas que cumplan con los requerimientos. |

|                                     |                            |   |                               |                    |                               |  |
|-------------------------------------|----------------------------|---|-------------------------------|--------------------|-------------------------------|--|
|                                     |                            | institucional y con cuadros de honor que se colocara en lugares estratégicos de la Fundación.   |                               |                    |                               |  |
|                                     | Revista institucional      | Se creara una revista institucional los temas a tratar actividades realizadas por cada área, actividades laborales, un reconocimiento especial al empleado del mes (deberá cumplir ciertos parámetros), se publicara artículos escritos por los mismos colaboradores, se valorara el trabajo de cada uno de ellos mediante fotografías y notas de motivación. | Departamento de Comunicación, | Cada cuatro meses. | Percepción de la información. | Número de personas satisfechas con la revista. |
| Motivación y sentido de pertenencia | Actividades de Relajación. | Se implementara actividades de relajación para el personal como: bailo terapia, gimnasia laboral,   | Departamento de Comunicación. | Dos veces al mes.  | Asistencia del personal.      | Número de personas satisfechas.                |

|  |                           |   |                               |                                 |                          |  |
|--|---------------------------|---|-------------------------------|---------------------------------|--------------------------|--|
|  |                           | talleres de educación postular  |                               |                                 |                          |  |
|  | Capacitaciones Laborales. | Se dará capacitaciones laborales a cada área para que enriquezcan sus conocimientos.                            | Departamento de Comunicación. | Una vez cada mes por área.      | Asistencia del personal. | Número de personas que participan activamente. |
|  | Charlas motivacionales.   | Estas charlas serán dadas por profesionales en motivación exclusivamente para el personal de la Fundación.      | Departamento de Comunicación. | Cada tres meses.                | Asistencia del personal. | Número de personas satisfechas.                |
|  | Eventos de participación. | Estos eventos serán en fechas festivas como un año más de fundación, fiestas de Quito, navidad, fin de año etc. | Departamento de Comunicación. | Depende de las fechas festivas. | Asistencia del personal. | Número de personas que participan activamente. |

Tabla 6: Propuesta.

Elaborado por: Johanna Veloz.



|                            |  |  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
|----------------------------|--|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| organizacional por área.   |  |  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| Revista institucional.     |  |  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| Actividades de Relajación. |  |  | Dos veces al mes | Dos veces al mes | Dos veces al mes | Dos veces al mes | Dos veces al mes | Dos veces al mes | Dos veces al mes | Dos veces al mes | Dos veces al mes | Dos veces al mes | Dos veces al mes |
| Capacitaciones Laborales.  |  |  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| Charlas motivacionales.    |  |  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| Eventos de participación.  |  |  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |

Tabla 7: Cronograma

Elaborado por: Johanna Veloz.

#### 4.7 Presupuesto

| <b>PRODUCTO</b>  | <b>COSTO</b>   | <b>FINANCIAMIENTO</b>    |
|--|----------------|--------------------------|
| Material didáctico   | \$150          | Fundación “Tierra Nueva” |
| BTL diseño   | \$50           | Gestionado.              |
| BTL impresos   | \$600          | Fundación “Tierra Nueva” |
| Cofee-Breaks   | \$100          | Gestionado.              |
| Buzón de sugerencias   | \$30           | Gestionado.              |
| Infografías diseño   | \$350          | Gestionado.              |
| Infografías impresos   |                | Fundación “Tierra Nueva” |
| Alimentación, material didáctico para actividades extraordinarias. | \$150          | Fundación “Tierra Nueva” |
| Material didáctico y capacitador para inducciones o re inducciones | \$500          | Fundación “Tierra Nueva” |
| Diseño de leyenda  | \$50           | Gestionado.              |
| Impresión de ejemplares de leyenda                                 | \$1000         | Fundación “Tierra Nueva” |
| Cuadros de Honor   | \$90           | Gestionado.              |
| Revista institucional  | \$300          | Fundación “Tierra Nueva” |
| Capacitadores de motivación, laborales.                            | 1.500          | Fundación “Tierra Nueva” |
| Fiesta de Fundación  | \$700          | Gestionado.              |
| Fiestas de Quito   | \$200          | Gestionado.              |
| Navidad y fin de año   | \$700          | Gestionado.              |
| <b>TOTAL</b>   | <b>\$6.470</b> |                          |

Tabla 8: Presupuesto

Elaborado por: Johanna Veloz.

#### 4.8 Medición y Evaluación

| <b>Táctica</b>   | <b>Tipo de objetivo</b> | <b>Nivel de evaluación</b>          | <b>Mecanismo de evaluación</b> | <b>Indicadores</b>  |
|--|-------------------------|-------------------------------------|--------------------------------|---|
| Crear un organigrama actualizado de la Fundación “Tierra Nueva”. | A corto plazo.          | Aprendizaje.                        | Proceso.                       | Número de personas que obtienen la información adecuada según el organigrama. |
| Campaña de identificación.                                       | A corto plazo.          | Reacción y aprendizaje.             | Impacto y resultado.           | Número de personas que obtienen la información adecuada.                      |
| Rediseño de herramientas web 2.0.                                | A largo plazo.          | Conducta                            | Impacto.                       | Visitas a la página web y número de herramientas.                             |
| Círculos de calidad.   | A mediano plazo.        | Conducta, aprendizaje y resultados. | Proceso y resultado.           | Número de personas que participan activamente.                                |
| Buzón de sugerencias y reclamos interno.                         | A largo plazo.          | Reacción y conducta.                | Impacto y proceso.             | Número de sugerencias o reclamos.   |
| Infografías.   | A largo plazo.          | Aprendizaje.                        | Impacto.                       | Número de personas que tengan la debida información.                          |
| Actividades extraordinarias.                                     | A corto plazo.          | Conducta.                           | Impacto y Resultado.           | Nivel de satisfacción por parte del personal.                                 |
| Inducciones y re-inducciones.                                    | A largo plazo.          | Aprendizaje y resultado.            | Proceso y resultado.           | Número de personas que participan activamente.                                |
| Creación de leyenda.   | A corto plazo.          | Aprendizaje.                        | Impacto.                       | Número de personas que conozcan la información.                               |

|   |                  |                          |                      |  |
|---|------------------|--------------------------|----------------------|--|
| Reuniones de cada área.   | A largo plazo.   | Conducta y resultado.    | Proceso y resultado. | Número de personas que participen activamente.         |
| Reconocimiento al cumplimiento de la cultura organizacional por área. | A mediano plazo. | Conducta y resultado.    | Proceso y resultado. | Número de personas que cumplan con los requerimientos. |
| Revista institucional.  | A largo plazo.   | Reacción y conducta.     | Impacto.             | Número de personas satisfechas con la revista.         |
| Actividades de Relajación.  | A mediano plazo. | Reacción y conducta.     | Impacto.             | Número de personas satisfechas.                        |
| Capacitaciones Laborales.   | A largo plazo.   | Aprendizaje y resultado. | Proceso y resultado. | Número de personas que participan activamente.         |
| Charlas motivacionales.   | A mediano plazo. | Reacción y conducta.     | Impacto y resultado. | Número de personas satisfechas.                        |
| Eventos de participación.   | A mediano plazo. | Reacción y conducta.     | Impacto y resultado. | Número de personas que participan activamente.         |

Tabla 9: Medición y Evaluación

Elaborado por: Johanna Veloz.



## **Plan de Relaciones Públicas para organizaciones no gubernamentales**

**Caso: “Fundación Tierra Nueva”.**

### **4.9 Diagnóstico de la investigación.**

| <b>FORTALEZAS</b>  | <b>OPORTUNIDADES</b>   |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Donantes extranjeros.</li> <li>• Donantes nacionales</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuevos donantes</li> <li>• Renovar los servicios que brinda la institución.</li> <li>• Oportunidades de crecer en la labor que se realiza en la Fundación.</li> </ul> |
| <b>DEBILIDADES</b>   | <b>AMENAZAS</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• No tienen un departamento que se dediquen netamente a sus donantes.</li> <li>• Pocas alianzas con posibles donantes.</li> <li>• Pocos donantes en la actualidad.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de recursos.</li> <li>• Falta de donantes.</li> <li>• Escasos servicios.</li> <li>• Poco conocimiento sobre la Fundación.</li> </ul>                            |

Tabla 10: Análisis FODA

Elaborado por: Johanna Veloz.

### **4.10 Objetivos del Plan de Relaciones Públicas para la “Fundación Tierra Nueva”**

#### **4.10.1 Objetivo General**

Establecer alianzas estratégicas para la renovación de donantes potenciales dicientes a la Fundación “Tierra Nueva”, las cuales serán evaluadas por medio de la aceptación del público objetivo al que se va a dirigir en el lapso de un año.

#### 4.10.2 Objetivos Específicos

- Dar a conocer sobre actividades específicas de la Fundación “Tierra Nueva”.
- Incentivar al público objetivo para su vinculación con los proyectos de cada área de la Fundación “Tierra Nueva”.
- Fusionar trabajos del público objetivo con la labor que realiza la Fundación “Tierra Nueva” para obtener donantes potenciales.

#### 4.11 Públicos

El presente plan de Relaciones Públicas está dirigido a públicos a fines a la labor de la Fundación “Tierra Nueva”.

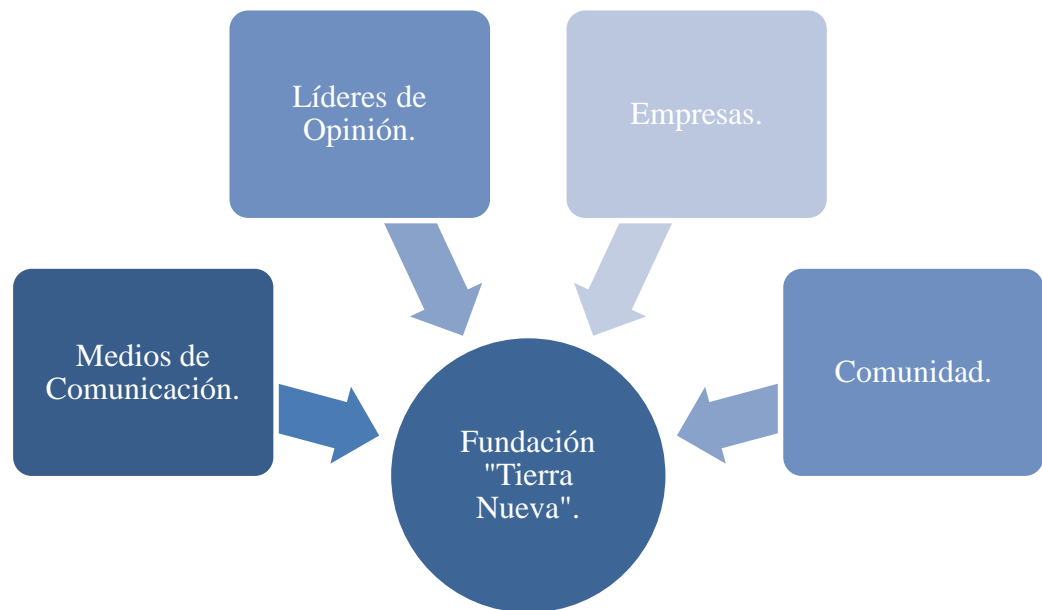


Gráfico 69: Priorización de los públicos. (Johnson y Scholes (2001))

Elaborado por: Johanna Veloz

|         |                               |                               |
|---------|-------------------------------|-------------------------------|
| INTERÉS | Comunidad.                    | Empresas.                     |
|         | Mucho interés<br>poco poder . | Mucho interés<br>mucho poder. |
|         | Líderes de opinión.           | Medios de Comunicación.       |
|         | Poco interés<br>poco poder    | Poco interés<br>mucho poder.  |
|         | PODER                         |                               |

Gráfico 70: Priorización de los públicos. (Johnson y Scholes (2001)).

Elaborado por: Johanna Veloz

#### 4.12 Mensajes

Se utilizaran los siguientes mensajes que estarán acordes a cada objetivo específico del Plan de Relaciones Públicas para la Fundación “Tierra Nueva”.

- Te invito a conocernos.

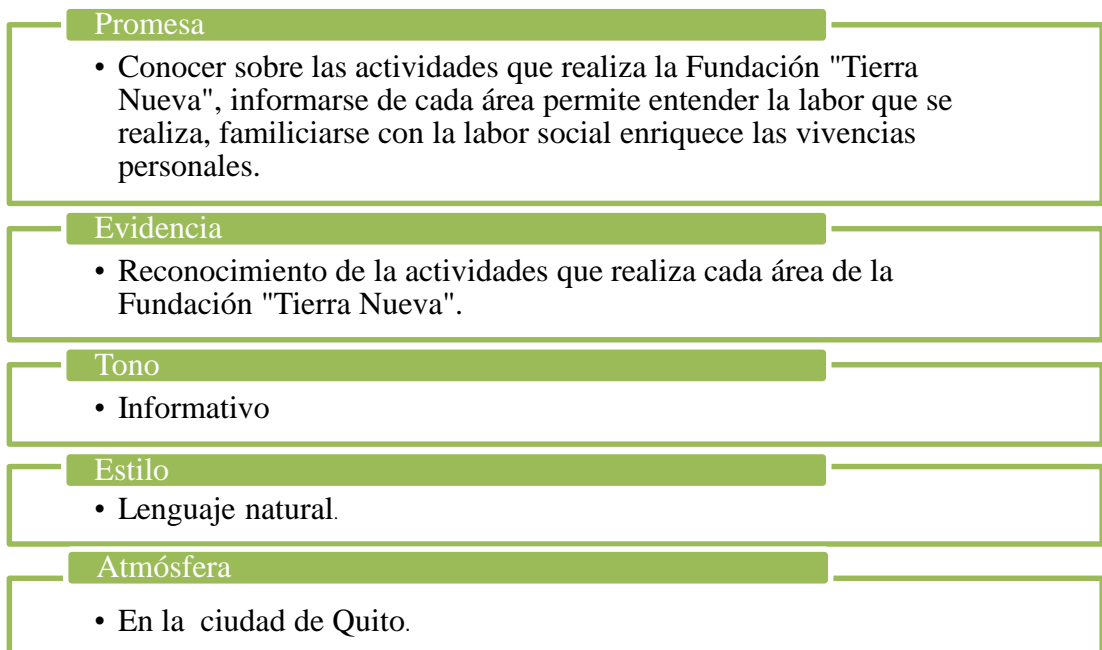


Gráfico 71: Análisis del mensaje.

Elaborado por: Johanna Veloz.

- Tú haces la diferencia.

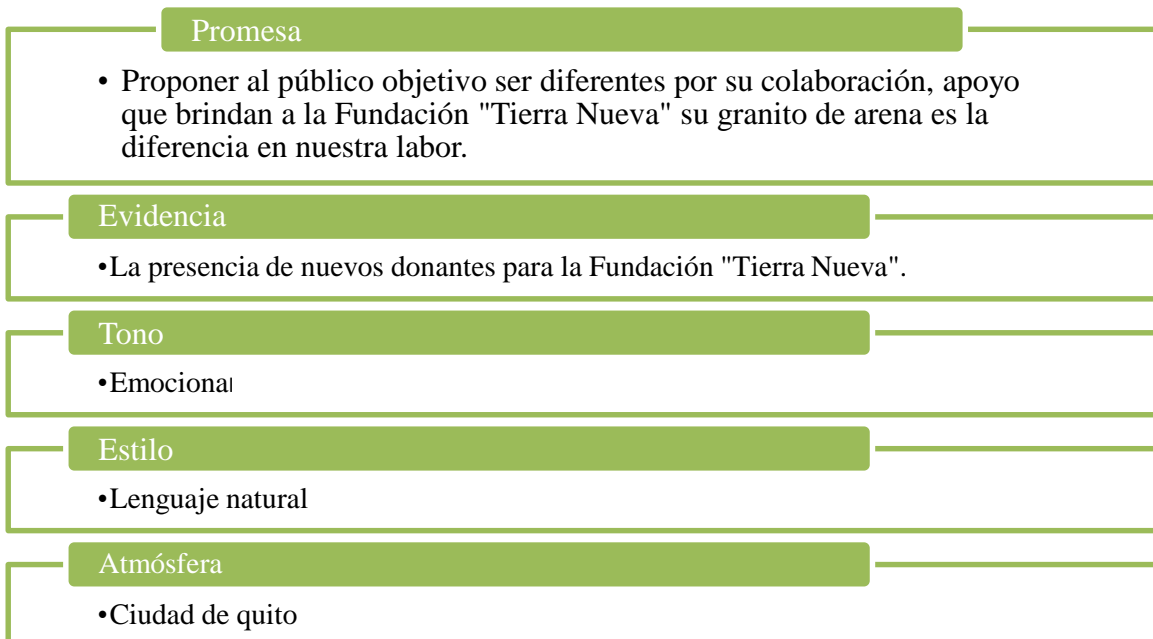


Gráfico 72: Análisis del mensaje

Elaborado por: Johanna Veloz.

- Hoy por mí, mañana por ti “Gracias”.

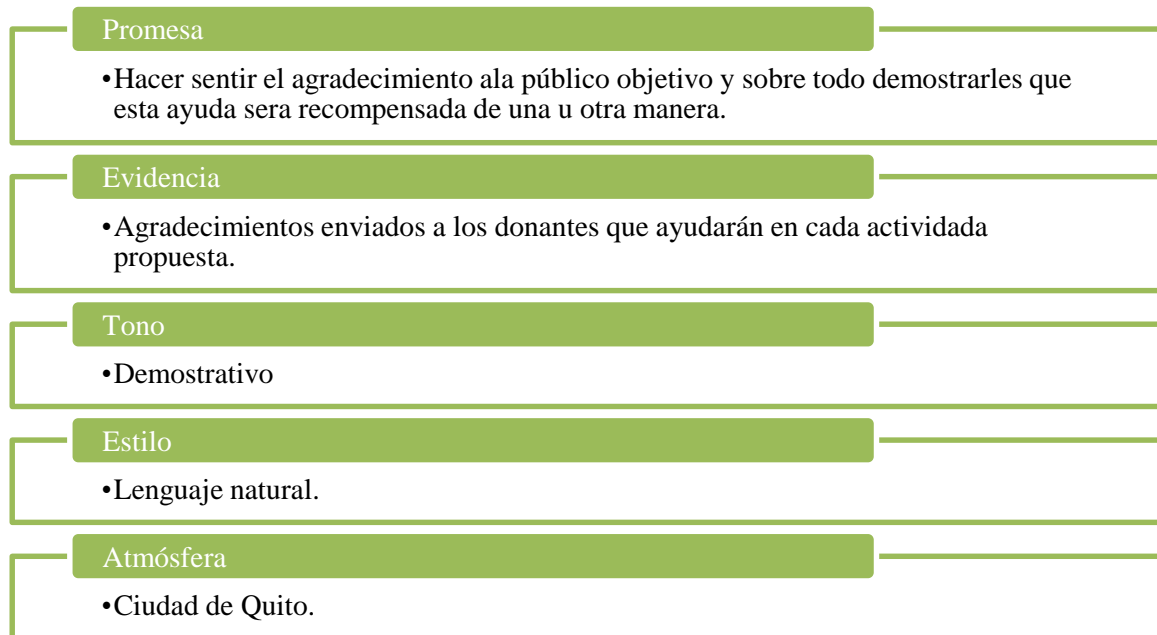


Gráfico 73: Análisis del mensaje.

Elaborado por: Johanna Veloz.

#### 4.13 Propuesta

Dar a conocer sobre actividades específicas de la Fundación “Tierra Nueva”.

**MENSAJE:** Te invito a conocernos.

| ESTRATEGIA                        | TÁCTICA  | ACTIVIDAD   | RESPONSABLE                   | DURACIÓN  | PERCEPCIÓN   | INDICADOR O MEDICIÓN   |
|-----------------------------------|--|---|-------------------------------|---|--|--|
| Informar a los públicos objetivos | Medios de Comunicación acordes a la labor de la Fundación “Tierra Nueva”.                          | Se escogerá a medios de comunicación que vayan acorde a la Fundación, se podrá realizar reportajes, entrevistas e información de actividades específicas.                               | Departamento de Comunicación. |   | El conocimiento de la labor de la Fundación en el público objetivo.        | Número de personas que vio los reportajes o entrevistas y actividades específicas. |
|                                   | Se realizara una invitación a las organizaciones e instituciones a ser parte de esta gran familia. | Se realizara una invitación creativa la información que se va a poner en cada una dependerá de la organización o institución y del área, se gestionará para poder tener una cita con la | Departamento de Comunicación. | Cada 3 meses y depende de la acogida de las organizaciones e instituciones. | Empresas que se unen a la Fundación “Tierra Nueva”.<br>Número de empresas. | Número de nuevos donantes.   |

|  |   |  |                               |                        |   |   |
|--|---|--|-------------------------------|------------------------|---|---|
|  |   | persona responsable para poder explicar el motivo de dicha invitación.   |                               |                        |   |   |
|  | Se utilizará las herramientas web 2.0 para informar a la comunidad. | Se manejará facebook, twitter , página web, blogs etc. Se publicará información de la labor realizada por la Fundación, a la vez se invitará a ser parte de cada área con la cual se sientan las personas de la comunidad más identificados. | Departamento de Comunicación. | Cada quince días       | Personas de la comunidad que se sientan conectados con cada área. | Número de visitas a la herramientas web 2.0 |
|  | BTL informativos.   | Se realizará un btl informativo en el cual se resalte la labor de la Fundación, serán ubicados varios lugares de la ciudad de quito.   | Departamento de Comunicación. | Una semana de cada mes | Personas informadas sobre las actividades de la Fundación.        | Número de personas informadas.              |

Tabla 11: Propuesta

Elaborado por: Johanna Veloz

Incentivar al público objetivo para su vinculación con los proyectos de cada área de la Fundación “Tierra Nueva”.

**MENSAJE:** Tú haces la diferencia.

| <b>ESTRATEGIA</b>   | <b>TÁCTICA</b>                   | <b>ACTIVIDAD</b>   | <b>RESPONSABLE</b>   | <b>DURACIÓN</b> | <b>PERCEPCIÓN</b>  | <b>INDICADOR O MEDICIÓN</b>  |
|---|----------------------------------|--|--|-----------------|--------------------|--|
| Motivar a los públicos objetivos a contribuir con la labor de la Fundación. | Blogs de ayuda.                  | En los blogs de ayuda vamos a pedir colaboraciones, presentado fotos, videos, testimonios de las actividades.  | Departamento de Comunicación.                                      | Cada mes        | Ayuda recibida.    | Número de visitas e interacciones en el blog .   |
|   | Casa abierta manos colaboradoras | Se realizará esta casa abierta con el fin de presentar todas las actividades de cada área se invitarán a las organizaciones e instituciones, cabe recalcar que esta casa abierta no se va a realizar para recibir donaciones al contrario, las | Coordinador de cada área junto con el Departamento de Comunicación | Cada seis meses | Número de personas | Número de personas que asistan e interactúen directamente con el personal de la Fundación. |



|  |  |   |  |  |  |  |
|--|--|---|--|--|--|--|
|  |  | organizaciones e instituciones irán a esta casa abierta para ser motivadas y entender el para qué ser parte de esta gran Fundación “Tierra Nueva” |  |  |  |  |
|--|--|---|--|--|--|--|

Tabla 12: Propuesta

Elaborado por: Johanna Veloz

Fusionar trabajos del público objetivo con la labor que realiza la Fundación “Tierra Nueva” para obtener donantes potenciales.

**MENSAJE:** Hoy por mí, mañana por ti “Gracias”.

| <b>ESTRATEGIA</b>  | <b>TÁCTICA</b>  | <b>ACTIVIDAD</b>   | <b>RESPONSABLE</b>  | <b>DURACIÓN</b>           | <b>PERCEPCIÓN</b>     | <b>INDICADOR O MEDICIÓN</b>             |
|--|---|--|---|---------------------------|-----------------------|---|
| Vincular a los públicos objetivos con la Fundación “Tierra Nueva”. | Reconocimiento a cada organización e institución.               | Por cada donación de las organizaciones e instituciones se les entregará un reconocimiento hechos por las personas que conforman cada área de la Fundación.  | Departamento de comunicación junto a los coordinadores de cada área         | Cuando haya una donación. | Número de donaciones. | Número de donaciones.                   |
|  | Realizar un concurso de mini cuentos “Sueños Hechos Realidad” . | El concurso será para niños de 6 – 10 años la inscripción será de un valor significativo más suministros necesarios para el área de Educación, habrá tres puestos y un homenaje especial para los mejores cuentos escritos por los niños de la Fundación “Tierra Nueva”. | Departamento de comunicación junto a la coordinadora del área de educación. | Cada seis meses.          | Número de asistentes. | Número de participantes en el concurso. |

|  |  |   |  |                  |                       |  |
|--|--|---|--|------------------|-----------------------|--|
|  | Se gestionará con la Policía Metropolitana para obtener su ayuda con actividades de equinoterapia. | Se coordinara para que esta terapia se realice en el CDI que se encuentra en Amaguaña para los niños de este centro que tienen diferentes discapacidades  | Departamento de comunicación y coordinadora del área de educación.   | Una vez al año.  | Número de asistentes. | Número de niños que realicen dicha terapia.        |
|  | Se creará una línea telefónica para recibir llamadas de las instituciones.                         | Esta línea telefónica se abrirá para recibir las llamadas de las instituciones requiriendo un personal con discapacidades para que trabajen con las mismas, la fundación recibirá este perfil y ubicarán a los jóvenes que pertenecen al área de protección social para que puedan trabajar en estas instituciones. | Departamento de comunicación junto con el área de protección social. | Todos los meses. | Número de llamadas    | Número de jóvenes trabajando en las instituciones. |

|  |   |  |  |                   |                       |  |
|--|---|--|--|-------------------|-----------------------|--|
|  | Charlas médicas.                            | Las charlas ya se dan en el hospital “Un Canto a la Vida” de la Fundación pero solo internamente ahora se pretende socializar con el público externo que les interese estos cursos especializados en varias ramas de la medicina, la inscripción será de un valor significativo.       | Departamento de comunicación con el área de salud. | Cada dos meses.   | Número de asistentes. | Número de personas inscritas.                |
|  | Garaje de donaciones.                       | Se realizará este garaje de donaciones en el cual las personas de la comunidad podrán dejar todo tipo de donaciones para todas las áreas que conforman la Fundación “Tierra Nueva” cada donante será recompensado con artículos hechos por las personas que pertenecen a la Fundación. | Departamento de comunicación.                      | Cada mes.         | Número de donativos . | Número de nuevos donantes para la Fundación. |
|  | Se realizará la carrera “Tierra Nueva” 5k . | Se realizará esta carrera con el fin de obtener fondos, la inscripción será un valor significativo y se entregará un kit para el   | Departamento de comunicación.                      | Una vez cada año. | Número de asistentes. | Número de inscripciones.                     |

|  |                               |  |                               |           |                      |                                     |
|--|-------------------------------|--|-------------------------------|-----------|----------------------|-------------------------------------|
|  |                               | día de la carrera, se contará con la presencia de figuras públicas que patrocinen dicho evento.  |                               |           |                      |                                     |
|  | Mensajería de agradecimiento. | Se dará agradecimientos personalizados para todos los donantes que han contribuido con la labor de la Fundación, estos agradecimientos puede ser por herramientas web 2.0 o escritas, lo importante es hacer llegar la gratitud de la Fundación con la ayuda de cada uno de los nuevos donantes. | Departamento de comunicación. | Cada mes. | Número de donantes . | Número de cartas de agradecimiento. |

Tabla 13: Propuesta

Elaborado por: Johanna Veloz

## 4.14 Cronograma

|  | MES 1        | MES 2        | MES 3        | MES 4          | MES 5          | MES 6          | MES 7          | MES 8          | MES 9          | MES 10         | MES 11         | MES 12         |
|--|--------------|--------------|--------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Medios de Comunicación                               |              |              |              |                |                |                |                |                |                |                |                |                |
| Invitaciones creativas                               |              |              |              |                |                |                |                |                |                |                |                |                |
| Herramientas web 2.0                                 | Cada 15 días | Cada 15 días | Cada 15 días | Cada 15 días   | Cada 15 días   | Cada 15 días   | Cada 15 días   | Cada 15 días   | Cada 15 días   | Cada 15 días   | Cada 15 días   | Cada 15 días   |
| BTL informativo                                      | Una semana   | Una semana   | Una semana   | Una semana     | Una semana     | Una semana     | Una semana     | Una semana     | Una semana     | Una semana     | Una semana     | Una semana     |
| Blogs de ayuda                                       |              |              |              |                |                |                |                |                |                |                |                |                |
| Cas abierta  |              |              |              |                |                |                |                |                |                |                |                |                |
| Reconocimientos a las organizaciones e instituciones |              |              |              |                |                |                |                |                |                |                |                |                |
| Mini cuentos “Sueños Hecho realidad “                |              |              |              |                |                |                |                |                |                |                |                |                |
| Equino terapia                                       |              |              |              |                |                |                |                |                |                |                |                |                |
| Línea Telefónica                                     |              |              |              |                |                |                |                |                |                |                |                |                |
| Charlas Médicas                                      |              |              |              |                |                |                |                |                |                |                |                |                |
| Garaje de donaciones                                 |              |              |              | Una vez al mes | Una vez al mes | Una vez al mes | Una vez al mes | Una vez al mes | Una vez al mes | Una vez al mes | Una vez al mes | Una vez al mes |
| Carrera “Tierra Nueva” 5k                            |              |              |              |                |                |                |                |                |                |                |                |                |
| Mensajería de agradecimientos                        |              |              |              |                |                |                |                |                |                |                |                |                |

Tabla 14: Cronograma

Elaborado por: Johanna Veloz

#### 4.15 Presupuesto

| <b>PRODUCTO</b>                        | <b>COSTO</b>   | <b>FINANCIAMIENTO</b>    |
|--|----------------|--------------------------|
| Medios de Comunicación.                | 0.00           | Gestionado               |
| Invitaciones diseño                    | 35.00          | Gestionado               |
| Invitaciones impreso                   | 500.00         | Gestionado               |
| BTL diseño                             | 50.00          | Gestionado               |
| BTL impreso                            | 700.00         | Gestionado               |
| Carpas, mesas, mantelería y bocaditos. | 250.00         | Fundación “Tierra Nueva” |
| Reconocimientos.                       | 200.00         | Gestionado               |
| Equinoterapia                          | 0.00           | Gestionado               |
| Línea telefónica                       | 0.00           | Gestionado               |
| Bocaditos                              | 150.00         | Fundación “Tierra Nueva” |
| Garaje de donaciones                   | 50.00          | Fundación “Tierra Nueva” |
| Inflables, tarima, reconocimientos.    | 1000.00        | Gestionado               |
| Afiches diseño                         | 50.00          | Fundación “Tierra Nueva” |
| Afiches impreso                        | 320.00         | Fundación “Tierra Nueva” |
| <b>TOTAL</b>                           | <b>3105.00</b> |                          |

Tabla 15: Presupuesto

Elaborado por: Johanna Veloz

#### 4.16 Medición y Evaluación

| <b>TÁCTICA</b>   | <b>TIPO DE OBJETIVO</b> | <b>NIVEL DE EVALUACIÓN</b> | <b>MECANISMO DE EVALUACIÓN</b> | <b>INDICADORES</b>   |
|--|-------------------------|----------------------------|--------------------------------|--|
| Medios de Comunicación acordes a la labor de la Fundación “Tierra Nueva”.                          | A corto plazo.          | Aprendizaje.               | Impacto.                       | Número de personas que vio el trabajo realizado en medios de comunicación.                 |
| Se realizara una invitación a las organizaciones e instituciones a ser parte de esta gran familia. | A largo plazo.          | Conducta.                  | Proceso                        | Número de nuevos donantes.   |
| Se utilizará las herramientas web 2.0 para informar a la comunidad.                                | A largo plazo.          | Aprendizaje                | Impacto                        | Número de visitantes a la herramientas web 2.0   |
| BTL informativos.  | A largo plazo.          | Reacción y aprendizaje.    | Proceso                        | Número de personas informadas.   |
| Blogs de ayuda.  | A largo Plazo           | Conducta.                  | Impacto                        | Número de visitas e interacciones en el blog-  |
| Casa abierta manos colaboradoras   | A mediano plazo.        | Conducta.                  | Resultado                      | Número de personas que asistan e interactúen directamente con el personal de la Fundación. |



|  |                  |                         |                       |  |
|--|------------------|-------------------------|-----------------------|--|
| Reconocimiento a cada organización e institución.                          | A largo plazo.   | Conducta                | Resultado.            | Número de donaciones.                              |
| Realizar un concurso de mini cuentos “Sueños Hechos Realidad” .            | A mediano plazo. | Reacción y conducta.    | Impacto.              | Número de participantes en el concurso.            |
| Se creará una línea telefónica para recibir llamadas de las instituciones. | A largo plazo.   | Conducta                | Impacto y resultados. | Número de jóvenes trabajando en las instituciones. |
| Charlas médicas.   | Mediano plazo.   | Aprendizaje y conducta. | Impacto y resultados. | Número de personas inscritas.                      |
| Garaje de donaciones.  | Largo plazo.     | Conducta.               | Resultados.           | Número de nuevos donantes para la Fundación.       |
| Se realizará la carrera “Tierra Nueva” 5k .                                | Corto plazo      | Reacción y conducta.    | Impacto.              | Número de inscripciones.                           |
| Mensajería de agradecimiento.  | Largo plazo.     | Conducta.               | Resultados.           | Número de cartas de agradecimiento.                |

Tabla 16: Medición y evaluación

Elaborado por: Johanna Veloz

## 5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

**Es importante tener un punto de vista diferente, en el siguiente capítulo damos a conocer las conclusiones y recomendaciones que se debería tomar en cuenta para mejorar algunos aspectos.**

### 5.1 Conclusiones

- El plan de comunicación interna propuesto se realizó de acuerdo a la problemática encontrada en la investigación realizada.
- La comunicación no es efectiva dentro de la fundación por lo que la gran parte de acciones propuestas están direccionadas a mejorar la relación entre mandos y compañeros.
- El personal siente que su trabajo no es valorado por la Fundación Tierra Nueva esto conlleva a que se trabaje la motivación y el sentido de pertenencia por parte de la misma.
- Su cultura organizacional se ve afectada por lo cual se pretende socializarla y sobre todo que está claramente posicionada en la mente de cada colaborador y esta se refleje en sus actividades laborales.
- La falta de un Departamento de Relaciones Públicas influye al Momento de realizar procesos comunicacionales y enfocados a donantes.
- No cuenta con donantes nacionales su prioridad son extranjeros, falta de interés en proyectos enfocados a donantes.

## 5.2 Recomendaciones

- Es importante manejar una comunicación efectiva dentro de una institución para promover un clima laboral óptimo.
- La motivación y reconocimiento por parte de la institución para con sus colaboradores incentiva a que haya sentido de pertenencia y exista un alto nivel de satisfacción.
- Se recomienda inducir la cultura organizacional en las instituciones ya que es la razón de ser de las mismas, y es importante que su personal sepa el ¿por qué y para qué? Trabajan ahí a la vez que se siga un lineamiento para alcanzar metas propuestas.
- Posicionar un departamento netamente de Relaciones Públicas para el manejo adecuado de procesos comunicacionales.
- Enfocarse en su misión como una Organización sin fin de lucro.
- Tomar como prioridad todos los proyectos de cada área que pertenecen a la Fundación “Tierra Nueva”.

## 6 BIBLIOGRAFÍA

Baquero, J, D.(2001).*Comunicación y Relaciones públicas*. Madrid: Eitorial Mcgraw-Hill Interamericana de España.

Cañedo, R. Guerrero, J. Machado, Y. Salazar, J. (2009).”Clima y cultura organizacional” en revista de ACIMED.[En Línea] No.4. Octubre 2009, disponible en:

[http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S102494352009001000004&script=sci\\_arttext](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S102494352009001000004&script=sci_arttext)

[Accesado el día 17 de septiembre de 2015].

Costa, J.(1999). *La comunicación en acción*. Editorial Paidós Ibérica S.A. España.

Fernández, S. (2007). *Como gestionar la comunicación en organizaciones públicas y no lucrativas*. Editorial Narcea S.A. Madrid.

Jiménez, J,G.(1998). *La comunicación interna*. Editorial Díaz Santos. Madrid.

Maza, J. (2012).*Auditoría financiera de una organización sin fines de lucro para identificar el origen y asignación de sus recursos con aplicación práctica a la federación de centros AWÁ del Ecuador - FCAE. Proyecto bosques y territorios*.Tesis de pregrado, Universidad Central del Ecuador, Ecuador.

Palomeque, V,E.(1997). *El mito del debate*. Ecuador: Editorial Abyayala.

Wilcox,D,L.(2001). *Relaciones públicas: Estrategias y tácticas*. Editorial Addison Wesley Iberoamérica

Xifra, J. (2005). *Planificación estratégica de las relaciones públicas*. Editorial Paidós Ibérica S.A. España.



## 7 ANEXOS

### 7.1 Encuesta

El objetivo de esta encuesta es para determinar el estado del clima laboral dentro de la Fundación Tierra Nueva y así poder mejorar el mismo. Por favor con un visto o subrayado indique la respuesta que crea conveniente.

De antemano agradezco su atención y colaboración a la misma.

#### Encuesta de clima laboral

1. En relación a las condiciones físicas de su puesto de trabajo (iluminación, temperatura, ventilación, espacio, volumen de ruidos, etc.) usted considera que éste es:  
  
Muy confortable  
  
Confortable  
  
Soportable  
  
Incómodo  
  
Muy incómodo
  
2. Usted calificaría su carga de trabajo habitual como:  
  
Permanentemente excesiva  
  
Excesiva  
  
Adecuada  
  
Baja  
  
Permanentemente baja

3. ¿Cómo valoraría usted la cantidad de información que recibe para llevar a cabo su trabajo?

Excesiva

Abundante

Adecuada

Limitada

Insuficiente

4. ¿Considera usted que comprende los objetivos del departamento en que trabaja?

Sí

No

No lo sé

5. ¿Está usted de acuerdo en la manera cómo está gestionado el departamento en el que trabaja respecto a las metas que éste tiene encomendadas?

Muy de acuerdo

Generalmente de acuerdo

Sólo a veces

Generalmente en desacuerdo

Muy en desacuerdo

Prefiero no contestar

6. Su persona responsable o supervisor, ¿tiene una actitud abierta

respecto a sus puntos de vista y escucha sus opiniones respecto a cómo llevar a cabo sus funciones?

Siempre

Con frecuencia

A veces

Pocas veces

Nunca

Prefiero no contestar

7. ¿Cómo describiría el clima de trabajo con sus compañeros?

Muy bueno

Bueno

Regular

Malo

Muy malo

No lo sé

8. ¿Cómo valora a la Fundación Tierra Nueva como un lugar para trabajar?

Muy bueno

Bueno

Regular

Malo

Muy malo

Prefiero no contestar



9. ¿Cómo calificaría su nivel de satisfacción por trabajar en la

Fundación Tierra Nueva?

Muy alto

Alto

Regular

Bajo

Muy bajo

10. Comparto la visión y la misión de la Fundación

Siempre

Con frecuencia

A veces

Pocas veces

Nunca

Prefiero no contestar

11. Tengo claro los objetivos de la Fundación

Muy de acuerdo

Generalmente de acuerdo

Sólo a veces

Generalmente en desacuerdo

Muy en desacuerdo

Prefiero no contestar

12. La Fundación me hace sentir miembro importante de ella.

Siempre

Con frecuencia

A veces

Pocas veces

Nunca

Prefiero no contestar

13. La institución ofrece actividades que enriquece la capacitación

laboral

Siempre

Con frecuencia

A veces

Pocas veces

Nunca

Prefiero no contestar

14. Tengo una relación cordial con mis compañeros fuera de la

institución

Siempre

Con frecuencia

A veces

Pocas veces

Nunca

Prefiero no contestar

15. En general la comunicación es efectiva en la Fundación

Siempre

Con frecuencia

A veces

Pocas veces

Nunca

Prefiero no contestar

## **7.2 Entrevista a los jefes o coordinadores de cada área**

1. ¿Cómo describe usted a todo el grupo de trabajo que está bajo su responsabilidad?
2. ¿De qué manera usted motiva su grupo de trabajo?
3. ¿Qué características debe tener un líder positivo dentro de la Fundación?
4. ¿Usted considera que su grupo de trabajo va por el mismo objetivo?
5. ¿Cómo se comunica con cada colaborador que pertenece a su grupo de trabajo?

## **7.3 Entrevista**

1. ¿Cuál es el proceso de Donantes en la Fundación?
2. ¿Cuáles son sus donantes potenciales?
3. ¿Cómo se maneja la comunicación con este público?

4. ¿Qué planes de Relaciones Públicas ha realizado la Fundación para fortalecer vínculos con este público?
5. En el último año cuantos nuevos donantes se han sumado a la Fundación.

#### 7.4 Ficha de observación

Fecha: 2015-03-15

Hora: 10:30

Observación N°: 1

Lugar: “Fundación Tierra Nueva”

Observador: Johanna Veloz

| DESCRIPCIÓN   | COMENTARIO   |
|---|--|
| <p>La “Fundación Tierra Nueva” consta de tres áreas: Salud, Educación, Protección Social, en otra localidad se encuentra el Centro de Salud donde empezó el sueño del Fundador junto con los habitantes del sector y con el tiempo se fue expandiendo.</p> <p>El área de Salud es muy compleja tanto su personal como las actividades que realizan no se pudo hacer una investigación profunda ya que se resistieron o no tenían tiempo.</p> <p>En el área de Educación fueron muy amables colaboraron en todo lo que se solicitó se realizó varias reuniones</p> | <p>La comunicación es poco efectiva, no se realiza actividades que les permitan a los colaboradores tener sentido de pertenencia, la importancia a un área de la Fundación es más notoria que a otras, se recomienda tener un departamento de relaciones públicas para procesos comunicacionales y sobre todo que haya proyectos enfocados a donantes.</p> |

|   |  |
|---|--|
| <p>en cada una de las guarderías.</p> <p>Área de Protección Social fue un área en la cual la investigación duro un día, su colaboración fue efectiva se habló de todos los proyectos que tienen e incluso nos ayudaron con información extra.</p> <p>En el Centro de Salud es otro mundo tienen un solo jefe tomando en cuenta que hay las mismas oficinas que el Hospital y se supone que deberían tener el mismo jefe pero la comunicación entre ambas localidades no es efectiva y hay muchos problemas comunicacionales que involucras a los altos y bajos mandos.</p> <p>No se respeta jerarquías y se salta pasos en procesos importantes como solicitar hacer proyectos con la Fundación.</p> <p>No existe un seguimiento a proyectos enfocados a donantes, ni tampoco existe planes para mejorar la comunicación interna en la Fundación.</p> |  |
|---|--|

## 7.5 Plan de Medios

### 7.5.1 Objetivo General

Informar sobre las actividades que se va a realizara beneficio de la Fundación “Tierra Nueva” a medios de comunicación acordes a la ayuda a la comunidad, durante la realización del plan de relaciones públicas.

### **7.5.2 Objetivos Específicos**

-Gestionar entrevistas en medios masivos.

-Generar el mayor número de espacios en medios de comunicación masiva, con el fin de difundir las actividades de la Fundación “Tierra Nueva”..

### **7.5.3 Estrategia:**

Anunciar a los medios de comunicación diciéndonos a la labor de la Fundación “Tierra Nueva”.

### **7.5.4 Tácticas:**

- Realizar boletines de prensa para los diferentes medios de comunicación explicando cada una de las actividades que se va a realizar.

-Mantener una relación buena con los medios de comunicación

-Gestionar entrevistas en radio y televisión en las que podamos explicar a nuestro público objetivo la misión de cada actividad de la propuesta.

| <b>Medio de comunicación</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Características</b>                  | <b>Sección</b> | <b>Conductores</b>               | <b>Cobertura</b> | <b>Inversion</b> |
|------------------------------|-------------------|---|----------------|----------------------------------|------------------|------------------|
| Radio “ Los 40 principales”  | 97.7fm            | Clásicos y ayuda a la comunidad         | 14:00-17:00    | Roberto Álvarez                  | Pichincha        | Gratuito         |
| Radio “FM Mundo              | 98.1 fm           | Opinión, análisis y noticias del mundo. | 9:00-12:00     | Cristian del Alcázar             | Pichincha        | Gratuito         |
| Contacto en la comunidad     | Canal 8           | Ayuda a la comunidad                    | 7:45-8:30      | Gabriela Baer y Denisse Molina   | Pichincha        | Gratuito         |
| RTS                          | Canal 5           | El Noticiero “La Comunidad”             | 8:00-9:40      | Roberto Álvarez                  | Pichincha        | Gratuito         |
| Café y Bolón                 | Canal 4           | Programa Matutino                       | 9:00-11:00     | Andrea Hurtado, Estefany Tejada. | Pichincha        | Gratuito         |





