

IMPLEMENTACIÓN DE LA CAMPAÑA INTERNA DE IDENTIDAD CORPORATIVA
“YO SOY ESTRUCTURAR”

LAURA VANESSA ARIZA BALLESTEROS
Trabajo de Grado Modalidad Pasantía
Para optar al título de:
Comunicadora Social – Periodista

Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga
Escuela de Ciencias Sociales
Facultad de Comunicación Social - Periodismo
Bucaramanga
2015

IMPLEMENTACIÓN DE LA CAMPAÑA INTERNA DE IDENTIDAD CORPORATIVA
“YO SOY ESTRUCTURAR”

LAURA VANESSA ARIZA BALLESTEROS
Trabajo de Grado Modalidad Pasantía
Para optar al título de:
Comunicadora Social – Periodista

Supervisor:
ELIANA A. CELIS GARCÍA
Comunicadora Social - Organizacional

Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga
Escuela de Ciencias Sociales
Facultad de Comunicación Social – Periodismo
Bucaramanga
2015

Nota de aceptación:

Firma del Presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Bucaramanga, Enero 18 de 2015

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por permitirme confiar en su propósito y hacerme entender que todo en los tiempos de Él es mejor.

A mis dos mejores amigos, mi mamá Georgina Ballesteros, porque con su apoyo y oración, ayudó a que mis estudios de Comunicación y Diseño estuvieran direccionados por Dios. Es claro que es la persona más importante en mi vida después de Dios.

Indiscutiblemente, también muchas gracias a mi Supervisora de Pasantía, Eliana, ya que sin su orientación e inteligencia no hubiese sido posible direccionar este plan de trabajo.

Finalmente a la Fundación Estructurar, en especial a Gloria Carrascal y Ana Leonor Rueda, quienes me permitieron entrar a su casa, la Fundación Estructurar, para que de la dirección y guía de ellas, pudiese continuar mi desarrollo profesional en un área que hasta ese entonces era desconocida para mí, pero que a partir de estos momentos se convierte en mi segundo hogar.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	12
1. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	13
1.1. UBICACIÓN Y RESEÑA HISTÓRICA DE LA ORGANIZACIÓN	13
1.2. MISIÓN, VISIÓN, VALORES Y OBJETIVOS INSTITUCIONALES	13
1.2.1. Misión	14
1.2.2. Visión	14
1.2.3. Objetivos Institucionales	14
1.2.4. Política de Calidad	14
1.2.5. Valores Corporativos	15
1.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	16
1.3.1. Estructura organizacional de la Fundación Estructurar	16
1.3.2. Estructura organizacional del área de Mercadeo Social	16
1.3.2.1. Objetivo	17
1.3.2.2. Áreas de acción	17
2. OBJETIVOS	22
2.1 OBJETIVO GENERAL	22
2. 2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	22
3. REFERENTE CONCEPTUAL	23
4. ACTIVIDADES DESARROLLADAS	25

4.1. IDENTIFICAR LOS PÚBLICOS INTERNOS DE LA FUNDACIÓN ESTRUCTURAR.	29
4.1.1 MAPA DE PÚBLICOS FUNDACIÓN ESTRUCTURAR	29
4.2. DIAGNÓSTICO PARA CONOCER LA PERCEPCIÓN QUE TIENEN LOS FUNCIONARIOS ACERCA DE LA FUNDACIÓN.	29
4.2.1. Diseño del instrumento para el diagnóstico.	29
4.2.1.1. Encuesta	29
4.2.1.2 Muestra	30
4.2.2. RESULTADOS	32
4.2.2.1 Encuesta	32
4.3. DISEÑAR Y EJECUTAR LA CAMPAÑA DE IDENTIDAD CORPORATIVA EN LA FUNDACIÓN ESTRUCTURAR, DE ACUERDO A SUS PÚBLICOS	47
4.3.1. Capacitación para el fortalecimiento de la identidad corporativa	47
4.3.2. Taller de habilidades comunicativas	47
4.3.3. Diseño de piezas de comunicación	48
4.4. APOYAR LAS ACTIVIDADES DIARIAS DE LA FUNDACIÓN ESTRUCTURAR Y SU PLAN DE MEDIOS	49
4.4.1. Boletín informativo “Estructurar al día”	49
4.4.2. Redes sociales	49
4.4.3. Banco de imágenes	50
4.4.4. Boletín informativo interno	50
4.4.5. Presencia en medios de comunicación	51
4.4.6. Página web	51

4.4.7. Agenda informativa	51
4.4.8. Comité Directivo	52
4.4.9. Base de datos	52
4.4.10. Correo alterno	52
4.4.11. Gestión de medios	52
4.4.12. Cápsulas informativas	52
CONCLUSIONES	53
RECOMENDACIONES	54
BIBLIOGRAFÍA	55
ANEXOS	56

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Formatos de encuesta online y física	56
Anexo B. Pantallazo capacitación de fortalecimiento de I. C.	61
Anexo C. Taller de habilidades comunicativas	62
Anexo D. Piezas comunicativas	77
Anexo E. Boletín informativo “Estructurar al día”	81
Anexo F. Redes sociales	82
Anexo G. Banco de imágenes	85
Anexo H. Boletín informativo interno	86
Anexo I. Paneo de medios	87
Anexo J. Notas destacadas	89
Anexo K. Agenda informativa	91
Anexo L. Gestión en medios de comunicación	92
Anexo M. Mapa de públicos Fundación Estructurar	94
Anexo N. Organigrama Fundación Estructurar	97
Anexo O. Comunicado de prensa	98
Anexo P. Cápsulas informativas Fundación Estructurar	99

LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
Gráfica N° 1. Tiempo en la institución	32
Gráfica N° 2. Grado de escolaridad	33
Gráfica N° 3.Cargo	34
Gráfica N° 4.Valor corporativo	35
Gráfica N° 5. Logo	37
Gráfica N° 6. Aspectos más identificados de la institución educativa	38
Gráfica N° 7. Aspectos relacionados con instalaciones y áreas de trabajo	39
Gráfica N° 8. Estado emocional	41
Gráfica N° 9. Percepción	42
Gráfica N° 10. Frecuencia de información	44
Gráfica N° 11. Efectividad de los canales de información	46

RESUMEN

TÍTULO: Implementación de la campaña interna de identidad corporativa "Yo Soy Estructurar"

AUTOR: Laura Vanessa Ariza Ballesteros

FACULTAD: Facultad de Comunicación Social – Periodismo

DIRECTOR(A): Eliana Alexandra Celis García

RESUMEN

Este proceso es el resultado de una propuesta de trabajo del plan de pasantía que se desarrolló durante 6 meses en la Fundación Estructurar, organización sin ánimo de lucro que brinda educación integral a niños de escasos recursos del país. Con base en ello, se formuló el presente trabajo de grado cuyo objetivo principal fue identificar la percepción que tienen los públicos internos de la Fundación Estructurar sobre la identidad corporativa de la organización a través de una campaña de fortalecimiento denominada "Yo Soy Estructurar".

Esto se logró por medio de un diagnóstico inicial que fue obtenido a través de la aplicación de encuestas que permitieron conocer y evidenciar necesidades y faltas en la comunicación interna, el clima laboral y la cultura organizacional.

Para ello, se propuso implementar estrategias que por medio de los elementos de la identidad corporativa, ayudaran a establecer mejores mecanismos de comunicación interna, fortalecer las habilidades comunicativas, los procesos de comunicación entre los públicos internos e interiorizar y mejorar actitudes, comportamientos y pensamientos que permitan proyectar y apalancar la confianza y credibilidad de la organización ante la sociedad.

Palabras Claves: *identidad corporativa, comunicación interna, públicos internos, percepción, organización.*

ABSTRACT

TITLE: Implementation of the inner campaign of corporative identity “I am Estructurar”

AUTHOR: Laura Ariza

FACULTY: Social Communication - Journalism

DIRECTOR: Eliana A. Celis García

ABSTRACT

This process in the result of a work proposal of the practicum plan that took place during six months in Fundacion Estructurar, which is a non-profit organization that offers an integral education to children that belong to low economic class level in our country. Based on this, this project was formulated keeping in mind its main goal is to identify the perception that the inner public have got about the corporative identity of the organization by means of a campaign called “I am Estructurar”.

The above mentioned was gotten by means of an diagnostic by implementing surveys which allowed to know and evidence necessities and failures in the communication processes, laboring environment and the organizational culture of the organization.

For this reason, trainings were carried out in order to have better communicative mechanisms, to strength the communicative abilities, to embrace and to get some attitudes, behaviors and thoughts better in order to project and to impulse the confidence and credibility of the organization before the society.

KEY WORDS: *Corporative identity, inner communication, inner publics, perception, organization*

INTRODUCCIÓN

El plan de trabajo que aquí se presenta tiene por objetivo fortalecer la identidad corporativa de la Fundación Estructurar, a partir de la percepción de sus públicos internos, lo anterior gracias a un sondeo que permitió identificar el estado actual de algunos aspectos relacionados con la identidad.

Así mismo, se referencian las teorías sobre identidad corporativa de autores como Joan Costa, Justo Villafañe y Miguel Ángel Sanz, entre otros, que brindan sus aportes sobre los elementos comunicacionales de la identidad, la diferencia entre imagen y marca y los aspectos de la identidad visual.

“La Identidad Corporativa es entonces, la esencia, el ser de la organización, que se fortalece por medio del reconocimiento, identificación”¹ y empoderamiento de toda manifestación, actitud, comunicación y atributos que conforman el conjunto de rasgos y símbolos que diferencian a la organización sobre otras.

Según Joan Costa² las empresas dejaron de manifestarse a partir de lo que hacen, sus productos y servicios, para empezar a expresarse a través de su identidad corporativa, la cual es diferente y de su cultura.

Con base en estas afirmaciones de Costa, se plantea el objetivo principal de esta propuesta de trabajo, cuyo fin se centra en identificar cuáles son esas formas de expresión, qué atributos y rasgos rodean a la Fundación Estructurar que la hace diferenciadora a otras organizaciones sin ánimo de lucro, para finalmente iniciar procesos que permitieran fortalecer por medio de una campaña estratégica, la identidad corporativa de la Fundación Estructurar en sus públicos internos. Esto visto como un factor indispensable en el funcionamiento y efectividad de la comunicación interna.

Un factor de relevancia que aquí se trata es el papel de la comunicación para consolidar aquellos valores intangibles de la empresa a través de su identidad corporativa, el clima y la cultura, que se reflejan en los comportamientos, pensamientos y percepciones que resaltan el qué son, por medio de los ejes de identidad.

En ese orden de ideas, uno de los objetivos específicos que surgió fue promover la identidad corporativa por medio de talleres y piezas comunicacionales que permitieran a los públicos la identificación y empoderamiento de su esencia.

¹ COSTA , Joan. Identidad Corporativa. México: Editorial Trillas, 1993. P. 45.

² Ibid., p. 40

1. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

1.1 UBICACIÓN Y RESEÑA HISTÓRICA DE LA ORGANIZACIÓN

Nombre de la Organización: Fundación Estructurar.

Ubicación: Carrera 23 A No 22 B – 48 Barrio La Esperanza II, Colombia, Santander, Bucaramanga. Tel: (+57- 7) 6421332.

Actividad actual y área de trabajo: Pasante del área de Mercadeo Social.

De acuerdo a la información que se encuentra en la página web de la organización, se presenta la reseña histórica de la Fundación Estructurar:

En la década de los Ochenta y frente a la problemática de deserción estudiantil que vivía gran parte del sector Norte de Bucaramanga, como el resultado de una iniciativa conjunta y aprovechando los vínculos de amistad de la hermana Concha (q.e.p.d.) con los hermanos Martínez Villalba, surgió la idea de crear una institución de servicio social en el barrio Esperanza II.

El Doctor Octavio Martínez Villalba (q.e.p.d) propietario y gerente general de la Constructora Martínez Villalba Comavsá se interesó y lideró un proceso para apoyar a la comunidad. Concedor que el Club Rotario de Bucaramanga estaba trabajando en esa zona y que la Cámara de Comercio quería apoyar una propuesta social proveniente del sector productivo de la ciudad, los invitó a conformar la Fundación Estructurar, entidad que nació a la vida jurídica el 15 de Junio de 1987, teniendo como finalidad, generar en la comunidad una nueva oportunidad de "Estructurar" sus proyectos de vida, en especial la de aquellos niños, niñas y jóvenes que estaban por fuera del sistema escolar y dedicados al trabajo infantil³

1.2 MISIÓN, VISIÓN, VALORES Y OBJETIVOS INSTITUCIONALES

La misión, visión, valores institucionales y política de calidad hacen parte del plan estratégico de la Fundación Estructurar que se encuentra publicado en la página web de la organización.

³ Fundación Estructurar. Mi Fundación. Nuestra Historia. [En Línea] Disponible en página web Fundación Estructurar. <http://fundacionestructurar.org/mi-fundacion-estructurar/nuestra-historia.html> [Consultado el 23 de noviembre de 2014]

1.2.1. Misión: Somos una organización que lidera procesos orientados a mejorar la calidad de vida de las familias en comunidades en alto riesgo social de Colombia, con un programa de atención integral para niños, niñas, adolescentes y jóvenes en extraedad*, y situación de trabajo infantil, con énfasis en educación y formación orientada al trabajo, en el marco de la garantía de derechos.

1.2.2. Visión: Será una institución consolidada y reconocida en Colombia, siendo uno de los principales gestores en programas sociales en la atención a niños, niñas, adolescentes, jóvenes y sus familias generando cambio positivo en la población vulnerable y en alto riesgo social, propiciando cultura solidaria con incidencia en políticas públicas, y en las Organizaciones de la Sociedad Civil, OSC.⁴

1.2.3. Objetivos Institucionales:

- Promover la educación integral de personas de escasos recursos económicos en Colombia.
- Estimular la capacitación de grupos o personas que habiten en comunidades pobres para mejorar sus niveles de ingresos.
- Ofrecer una atención básica de salud a los sectores más pobres de la población.
- Promover toda clase de manifestaciones artísticas y culturales en las zonas donde la Fundación realice actividades.
- Buscar el concurso de instituciones públicas y privadas dedicadas a la educación y la salud para lograr una acción coordinada que se traduzca en una mejor estructuración de las personas de escasos recursos.⁵

1.2.4. Política de Calidad: Nuestro compromiso en la Fundación Estructurar es la educación y protección de niños, niñas, jóvenes en situación de peligro y alto riesgo, brindando atención integral, empoderamiento y fortalecimiento de las familias, en el marco de la garantía de derechos, mediante la ejecución de procesos efectivos, con una infraestructura adecuada y personal técnicamente

* Estudiantes por encima del rango de edad promedio de acuerdo a un grado de escolaridad.

⁴ FUNDACIÓN ESTRUCTURAR. Mi Fundación. Misión y Visión. [En Línea] Disponible en página web Fundación Estructurar. <http://fundacionestructurar.org/mi-fundacion-estructurar/mision-y-vision.html> [Consultado el 23 de noviembre de 2014]

⁵ SÁNCHEZ, Laura: Elaboración del Manual de Comunicaciones de la Fundación Estructurar. Bucaramanga, 2012. Trabajo de Grado (Comunicadora Social – Periodista). Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga. Escuela de Ciencias Sociales. Facultad de Comunicación Social –Periodismo.

capacitado en diferentes áreas, identificados con los valores institucionales y comprometidos con la mejora continua de nuestras competencias organizacionales.⁶

1.2.5. Valores Corporativos: Los valores corporativos que aquí se enmarcan están alineados con el foco misional de la organización.

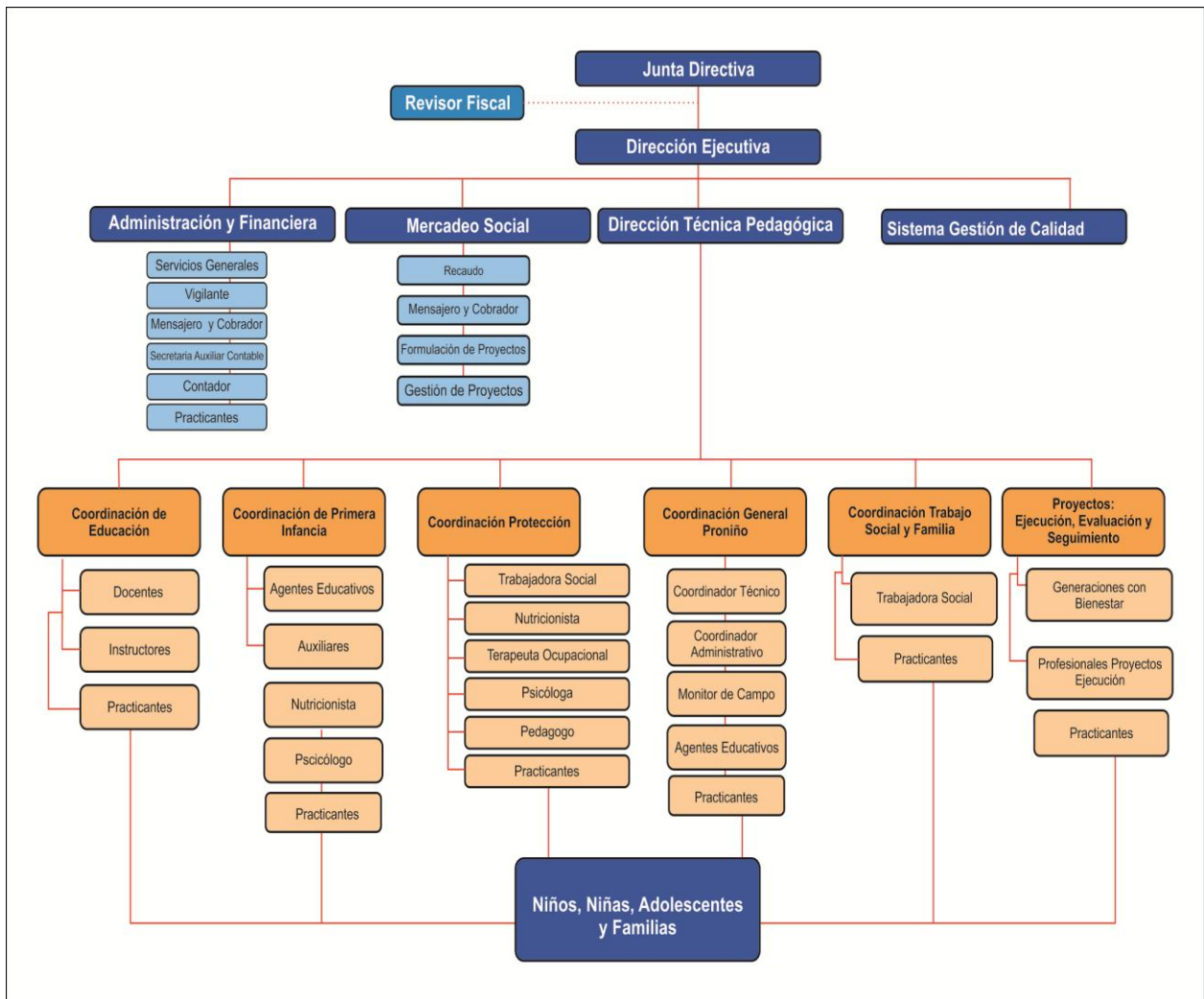
- Educación integral de personas de escasos recursos económicos.
- Trabajo por los derechos de la infancia.
- Satisfacción de las necesidades de la comunidad en su propio medio.
- Transparencia y manejo adecuado de recursos.
- Solidaridad, responsabilidad y compromiso social.
- Idoneidad del talento humano.
- Capacidad de servicio.⁷

⁶ Ibid., p. 9.

⁷ FUNDACIÓN ESTRUCTURAR. Mi Fundación. Valores Corporativos [En Línea] Disponible en página web Fundación Estructurar. <http://fundacionestructurar.org/mi-fundacion-estructurar/valores-corporativos.html> [Consultado el 23 de noviembre de 2014]

1.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Ilustración N° 1. Estructura organizacional de la Fundación Estructurar Bucaramanga



Fuente: Mapa de la estructura organizacional de la Fundación Estructurar. Archivo.

1.3.2. Estructura organizacional del área de Mercadeo Social de la Fundación Estructurar.

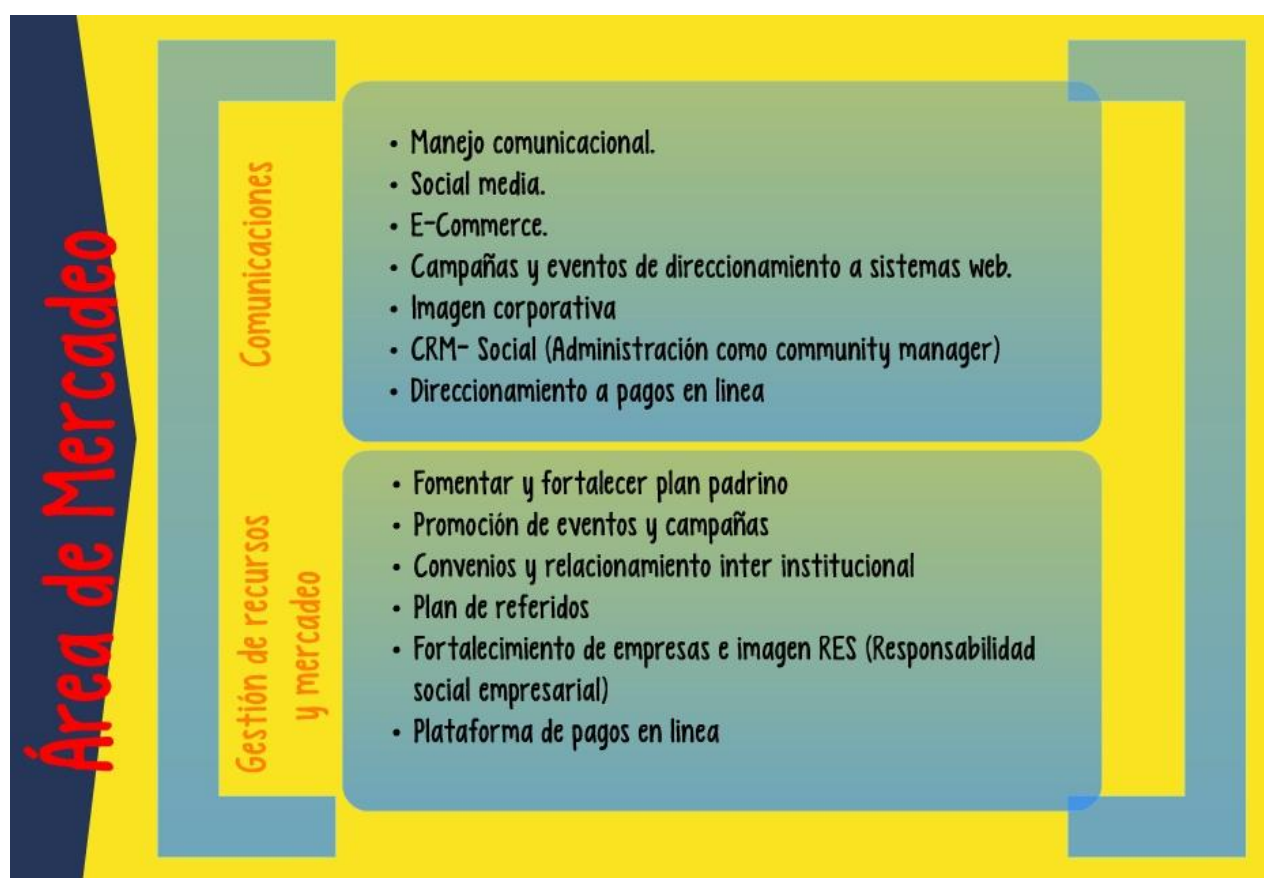
Esta área opera desde el año de 1998 pero se hizo necesaria la actualización de su estructura organizacional en el 2014. En la actualidad se encuentra dividida en: Gestión de recursos y mercadeo y Comunicaciones.

Éstas la conforman la Dirección Ejecutiva, Coordinador de Mercadeo Social, Promotora de Plan Padrino, Secretaria, Pasante y/o Practicante y un Mensajero Cobrador.

No obstante, esta área es apoyada por un Comité de Mercadeo Social que la integran dos miembros de la Junta Directiva de la Fundación, un coordinador de un programa, según se requiera y la dirección técnica y ejecutiva.

Así mismo, el desarrollo y cumplimiento de sus objetivos se encuentran soportados en dos empresas: Social Think y Agencia PVS. La primera es la encargada de la estrategia digital para redes sociales enmarcada en las comunicaciones y la segunda se enfoca en el manejo y actualización de la página web de la Fundación. Ésta última fue actualizada en el 2014.

Ilustración N° 2. Estructura organizacional del área de Mercadeo Social de la Fundación Estructurar



Fuente: Mapa de la estructura organizacional del área de mercadeo social. Fundación Estructurar. Archivo.

1.3.2.1. Objetivo: Su objetivo es planear, coordinar y ejecutar los diferentes programas de recaudación de fondos de la institución, manejo de marca y medios de comunicación.

1.3.2.2. Áreas de acción: Su campo de acción se centra en la promoción, divulgación de los procesos de recaudación de fondos con el fin de generar sostenimiento a los

programas y proyectos de la Fundación Estructurar. La efectividad de estos procesos se realiza en el marco de diversas actividades:

Promoción y financiación:

- **Calendario Institucional:**
El calendario anual nació con la finalidad de difundir el quehacer de la Fundación Estructurar a través de un recurso útil a la “vista” de los usuarios, que permita generar recaudos y promover sensibilización hacia el quehacer de la Fundación. Se ha consolidado gracias al esfuerzo, la unión y responsabilidad social de las empresas santandereanas, quienes apoyan la iniciativa de Estructurar.
- **Sorteo Solidario:**
Este evento es realizado con una periodicidad de 12 meses, y surgió gracias a la iniciativa del área de Mercadeo Social de la Fundación Estructurar, con la finalidad de recaudar fondos para el sostenimiento de los programas que ejecuta la institución. Generalmente los premios entregados son dinero en efectivo.
- **Bingo Institucional:**
La Fundación Estructurar organiza anualmente un bingo institucional con la finalidad de recaudar fondos para el sostenimiento de los programas sociales que se desarrollan en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana. Las empresas que desean vincularse a esta causa, lo hacen a través de la donación de premios que se entregan a los participantes, y padrinos, clientes o aliados a través de la adquisición de bonos para asistir al evento.⁸

Administración de procesos de comunicación:

Dentro de la coordinación de estos procesos se encuentran los medios (virtuales, impresos) así como las estrategias de comunicación interna y externa, en las cuales sus procesos se encuentran divididos en medios internos, externos y mixtos;

En la actualidad la Fundación Estructurar a través del área de Mercadeo Social cuenta con los siguientes medios de comunicación para transmitir la información a sus públicos internos y externos:

⁸ SÁNCHEZ,. Op. Cit., p. 16.

Medios Internos.

- Radioclips:
Son realizados por estudiantes de la Fundación y emitidos en la emisora escolar de la Institución: *Estructurando un camino de paz*. Generalmente los radioclips realizados tratan problemáticas sociales como el abuso sexual o trabajo infantil, y están dirigidos a la comunidad educativa con una periodicidad diaria en el transcurso del descanso de la jornada escolar.
- Memorandos:
Documento escrito e impreso que se entrega o envía a algunos funcionarios de la institución, según el requerimiento y causante del mismo, es asociado generalmente al desempeño de los funcionarios de la Fundación, y elaborado por el jefe inmediato de quien lo amerite.
- Cartelera Institucional:
Es un medio de comunicación e información interna en la cual se publica periódicamente información dirigida a los integrantes de la comunidad Estructurar, para que se encuentren enterados acerca de algunas fechas conmemorativas, eventos, cumpleaños, capacitaciones, talleres, noticias e información de interés.
- Boletín Informativo Interno:
Es un documento virtual en el que se comunica las actividades realizadas o a realizarse dentro de la organización, así como informar sobre los procesos y estrategias que se estén desarrollando a nivel interno. Tiene una periodicidad mensual y es realizado por el área de Mercadeo Social de la organización.
- Emisora Escolar:
La Emisora Escolar “Estructurando un camino de Paz”, es un espacio que promueve la expresión, creatividad y comunicación de los niños, niñas y jóvenes. A través de este medio, se emite música y especiales temáticos en los descansos, para transmitir y reforzar contenidos en el aula de clase de forma ágil y divertida.

Medios Externos:

- Video Institucional:
Es una herramienta de comunicación de alto impacto que se realiza con ocasión de eventos de trascendencia institucional. Existen dos versiones del video

institucional de la Fundación, uno de ellos realizado con motivo de la conmemoración del aniversario número XX de entidad, y otro a propósito de su aniversario número XXV. En él, intervienen diferentes personalidades de la región, egresados, aliados, niños, niñas y jóvenes que hacen referencia al impacto que ha tenido la Fundación Estructurar y a su vez, los logros obtenidos durante el transcurso de tiempo en que la entidad ha estado vigente.

- **Vídeo Plan Padrino:**
Es realizado con “la intención de convocar la buena voluntad de personas e instituciones y diferentes integrantes de la comunidad para que se vinculen a través del apadrinamiento de un niño, niña, adolescentes y joven estudiante de la institución educativa de la Fundación Estructurar. A través de su aporte, el padrino o madrina apoya a uno de los programas bandera de la institución y brinda la oportunidad de recibir atención integral en educación, participación, protección, vida y supervivencia.
- **Video AFS:**
Esta herramienta de comunicación hace divulgación de uno de los programas ofrecidos dentro de la institución, ya que en alianza con la organización internacional American Field Service AFS, la Fundación Estructurar ofrece un programa intercultural, que brinda experiencias de intercambio a jóvenes de escasos recursos que demuestran buen rendimiento académico, cumplen con un perfil psicológico apto y están formados en buenos valores.
- **Plegable Institucional:**
Medio de comunicación impreso, dirigido a los diferentes públicos de la Fundación Estructurar. Fue rediseñado en el año 2011, y contiene tanto la misión, visión, los servicios y proyectos que ejecuta la institución así como información de contacto e imágenes ilustradas a full color de alta calidad. Con la intención de aportar al mejoramiento de la imagen institucional, es preciso velar por la actualización de dicho medio, con un tiempo estimado no superior a dos años, siempre y cuando se tenga en cuenta la disponibilidad de recursos económicos.
- **Circulares:**
Medio de comunicación impreso, dirigido a los padrinos, donantes y aliados de la Fundación Estructurar, con la finalidad de rendir un informe semestral acerca de las actividades más importantes. Su objetivo es evidenciar resultados, involucrar a los públicos y sensibilizar frente a la gestión que lidera la organización.

- **Comunicados de Prensa:**
Medio de comunicación que se envía digitalmente a una base de datos de los principales medios de la región. Consiste en una hoja tamaño carta que sintetiza las principales actividades que lidera o en las que participa la Fundación. Su elaboración está determinada por los hechos o actividades que así lo ameritan: Eventos, aniversarios y convenios entre otros. La elaboración de los comunicados no cuenta con periodicidad establecida, y los realiza el pasante de Comunicación Social.

Medios Mixtos

- **Página Web:**
La versión actual de la página web <http://fundacionestructurar.org/> fue realizada gracias a la colaboración de la empresa Creativos Services y bajo la supervisión y liderazgo del área de Mercadeo Social de la Fundación Estructurar.
Contiene información de los diferentes programas y servicios que ofrece la institución, además, contiene boletines de prensa, informativos, galerías fotográficas, noticias del momento, historia de la Fundación y el balance social entre otros. En la actualidad es manejado por la Agencia PVS, dentro de la estrategia de comunicación de la Fundación.
- **Boletín Informativo Externo:**
La Fundación Estructurar realiza mensualmente un boletín informativo, dirigido a los miembros de la junta directiva, padrinos de la institución, docentes, administrativos y periodistas, que se envía a través de correo electrónico con el fin de informar sobre las actividades más relevantes que se desarrollan en la Fundación como eventos, alianzas, certificaciones, logros y demás.⁹

⁹ Ibíd., p. 18.

2. OBJETIVOS

2.1. OBJETIVO GENERAL

- Fortalecer la identidad corporativa de la Fundación Estructurar con los actores internos.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los públicos internos de la Fundación Estructurar.
- Realizar un diagnóstico para conocer la percepción que tienen los funcionarios acerca de la Fundación.
- Diseñar y ejecutar la campaña de identidad corporativa en la Fundación Estructurar, de acuerdo a sus públicos.
- Apoyar las actividades diarias de la Fundación Estructurar y su plan de medios.

3. REFERENTE CONCEPTUAL

La identidad corporativa a lo largo del tiempo ha sido definida y trabajada por diversos autores que han puesto su mirada en el lenguaje empresarial, su comunicación, cultura y clima.

A partir de allí, autores como Joan Costa han definido a la identidad corporativa como:

Es un sistema de signos visuales que tiene por objeto distinguir – facilitar el reconocimiento y la recordación – a una empresa u organización de las demás. Su misión es, pues, diferenciar (base de la noción de identidad), asociar ciertos signos con determinada organización y significar, es decir, transmitir elementos de sentido, connotaciones positivas; en otras palabras, aumentar la notoriedad de la empresa¹⁰

Según él, estos aspectos integradores de la Identidad están caracterizados por poseer efectos comunicacionales variados pero unidos entre sí. Es entonces, que de esta forma provocan un sentido, una personalidad y la apropiación de sus elementos, así como permiten una identificación de la organización.

De acuerdo con el autor, “la identificación es el acto de reconocer la identidad de un sujeto, esto es, el acto de registrar y memorizar de forma inequívoca aquello que lo hace intrínsecamente diferente de todos los demás, y al mismo tiempo idéntico a sí mismo”¹¹.

Otros autores como el sociólogo Manuel Castells, justifica la identidad como una fuente que da sentido, porque en la construcción de la identidad corporativa se utilizan materiales propios de la cultura, como la memoria colectiva.¹²

Por su parte, Justo Villafañe exterioriza que la identidad corporativa requiere una interpretación dinámica: “ya que supone la convergencia de tres ejes, el de la historia de la organización, su cultura corporativa y su estrategia empresarial”.¹³

El ser de la empresa, su esencia, es en sí una noción difícil de identificar y puede ser abordado de infinidad de formas, vista primeramente desde sus tres ejes: la historia, su estado actual y su cultura corporativa.

Y en definitiva sus componentes de atributos permanentes que se ven reflejados a través de su actividad productiva, la competencia técnica y comercial, su historia, misión,

¹⁰ COSTA, Joan. Identidad Corporativa. México: Editorial Trillas, 1993. Cap 1. Pág. 15.

¹¹ Ibid., p. 16.

¹² CASTELLS, Manuel. La era de la información: economía, sociedad y cultural. Vol.2, Madrid: Alianza Editores, 2007. P. 28.

¹³ VILLAFANE, Justo. Identidad Corporativa. [En Línea] Disponible en <http://www.villafane.com/> [Consultado el 19 de enero de 2015]

visión, sus valores, su naturaleza social o su identidad social y por ende, su marcada identidad mercantil.

Pese a las múltiples definiciones que importantes autores aportan como material, en la vida real existen algunas organizaciones que enfocan su identidad solo en el componente visual.

Cabe entonces, resaltar que la identidad corporativa y su primordial existencia en la organización “se construye desde los patrones culturales de las personas, y que son transferidos a la estructura de la organización, esto gracias a la interacción de sus miembros a través de su cultura lo que permite la construcción de nuevos modelos de patrones identitarios”¹⁴.

Ya para finalizar, es evidente que la identidad corporativa se convierte sin duda alguna, en un factor irremplazable e indispensable en la generación de cultura y clima dentro de sus públicos; sin ella sería difícil unificar posiciones, pensamientos, percepciones y actitudes hacia los objetivos corporativos y así establecer relaciones de confianza a largo plazo con los stakeholders. Es en consecuencia la identidad corporativa en tiempos de crisis una garantía sólida de fortaleza y pertenencia, es la mejor defensa de las organizaciones.

¹⁴ Op.Cit., p.16

4. ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Objetivos Específicos	Acciones Desarrolladas	Mes																				
		JUN			JUL			AGO			SEP			OCT			NOV			DIC		
4.1. Identificar los públicos internos de la Fundación Estructurar.	Realización de un mapa de los públicos internos de la Fundación Estructurar.																					
	Se confrontó con el área de Mercadeo Social y se dio actualización al mapa de públicos de la organización.																					
4.2. Realizar un diagnóstico para conocer la percepción que tienen los funcionarios acerca de la Fundación.	Diseño de dos instrumentos para aplicarlo a los públicos.																					
	Aplicación de la encuesta por medio físico y virtual en la muestra seleccionada.																					
	Tabulación y análisis de los resultados.																					
4.3. Diseñar y ejecutar la campaña de identidad corporativa en la Fundación Estructurar, de acuerdo a sus	Capacitación sobre identidad corporativa para los públicos internos de la Fundación.																					

públicos.	Se creó un taller de habilidades comunicativas.																																			
	Realización de piezas informativas con el fin de fortalecer la identidad corporativa a través de los canales de comunicación internos: correo institucional, redes sociales y boletines informativos internos.																																			
4.4. Apoyar las actividades diarias de la Fundación Estructurar y su plan de medios.	Cubrimiento periodístico y registro fotográfico de eventos y actividades internas, para posteriormente redactar los contenidos para el boletín informativo "Estructurar al día"																																			
	Recopilación de información con el objetivo de redactar los contenidos sobre las actividades, eventos y talleres realizados por la Fundación, para luego publicarlos en el boletín informativo interno.																																			

	<p>Se crearon contenidos diarios para su publicación en redes sociales, a través de una metodología llamada Record de Noticias: documento que reúne las 3 importantes noticias que fueron publicadas en cada red social.</p>	
	<p>Cubrimiento periodístico a las actividades y eventos autorizados por las directivas y se seleccionaron las noticias de más importancia local y regional.</p>	
	<p>Actualización del banco de imágenes.</p>	
	<p>Se organizó la información recopilada y que fue publicada en medios de comunicación virtual e impreso para organizarla en AZ's.</p>	
	<p>Se redactaron contenidos periodísticos semanales que fueron publicados como notas destacadas en la sección Destacados de la página web de la organización.</p>	

	<p>Cada trimestre se participó en el Comité Directivo, con el propósito de rendir informe sobre los avances, logros y proyectos acordados para el área de comunicaciones.</p>	
	<p>Se actualizó e incluyó nuevos contactos en las bases de datos de comunicadores sociales, periodistas y medios de comunicación de la organización. Esta actividad se realizaba cuando el pasante requiriera.</p>	
	<p>Cada semana se redactó y envió un correo electrónico a los públicos internos con el fin de recopilar la información sobre actividades próximas a realizar.</p>	
	<p>Se coordinó el desarrollo de cápsulas informativas sobre temas de relevancia para FE, con apoyo de la Cámara de Comercio de Bucaramanga</p>	

4.1. IDENTIFICAR LOS PÚBLICOS INTERNOS DE LA FUNDACIÓN ESTRUCTURAR.

4.1.1. Mapa de Públicos Fundación Estructurar.

Con el fin de identificar los públicos o stakeholders de la organización, se partió del mapa de públicos existente en la Fundación, para luego actualizarlo y caracterizar los públicos externos e internos. Ver Anexo M. Mapa de públicos Fundación Estructurar.

4.2. DIAGNÓSTICO PARA CONOCER LA PERCEPCIÓN QUE TIENEN LOS FUNCIONARIOS ACERCA DE LA FUNDACIÓN.

4.2.1. Diseño del instrumento para el diagnóstico.

Para la ejecución de este objetivo, se procedió a seleccionar el diseño que se consideró más adecuado, con el fin de conocer la percepción de los públicos internos sobre la identidad corporativa de la organización. Respecto a lo anterior, se seleccionó la encuesta como el instrumento más adecuado para conocer la percepción del funcionario.

Frente a ello, se elaboró el cuestionario de la encuesta y posteriormente se aplicó en la muestra.

Es preciso aclarar que esta propuesta de trabajo se basó en una “estudio de tipo descriptivo y de encuesta social, ya que permite encontrar relación entre las variables para su objetivación”¹⁵.

4.2.1.1. Encuesta:

La encuesta está conformada por preguntas de tipo cerrada, buscando direccionar al funcionario sobre las opciones de respuesta, mientras se le preguntaba sobre sus percepciones y pensamientos sobre temas de comunicación ascendente y descendente, cultura organizacional, clima laboral y elementos de identificación de la identidad corporativa.

Sin embargo y como precedente de que la Fundación Estructurar opera en 29 municipios de Santander y 28 de Norte de Santander, se evidenció la necesidad de elaborar un formato para ser aplicado en la sede principal de la organización en físico y otro que sería aplicado por medio online a los funcionarios que laboran desde municipios. Son dos formatos con similitudes pero con algunos cambios teniendo en

¹⁵ HYMAN, H. Herbert. Diseño y análisis de encuestas sociales. Buenos Aires: Edición Paidós, 1984. P 156.

cuenta los espacios físicos y las variables de operación de algunos programas de la organización. Las encuestas cuentan con similitud de preguntas y buscan lograr el mismo objetivo. Ver Anexo A. Encuesta.

Gráfica N° 1. Tabla de descripción y aplicación de encuestas.

Descripción	Aplicación		
Objetivo:	Conocer la percepción en los funcionarios sobre la Identidad Corporativa de la Fundación Estructurar.		
Número de encuestas aplicadas	80	Físico	Online
		62	18

Fuente: Elaboración propia.

4.2.1.2. Muestra:

Una vez diseñada la encuesta se centralizó un plan de muestreo que permitió seleccionar los participantes del estudio. La muestra fue seleccionada a través de un tipo de muestra estratificada y se obtuvo a partir del total de la población actual vinculada a la organización.

Para esto, se tomó como base la siguiente fórmula y el factor de corrección propuesto por Naresh K. Malhotra¹⁶ y sus teorías en investigación de mercados que permite seleccionar el muestreo a través del método *N ÓPTIMO*.

Entonces, con una población de 200 funcionarios, la muestra es 80.

$$n = N (Z \alpha / 2)^2 p q / [d^2 (N - 1) + (Z \alpha / 2)^2 p q]$$

$$N: \frac{200 \times 0,5 \times 0,5}{(199) (0,5 / 1,96)^2 + 0,5 \times 0,5}$$

$$N: \underline{\hspace{10em}}$$

¹⁶ MALHOTRA, Naresh. Investigación de Mercados. México: Edición Pearson Educación, 2008. 920 p. Quinta Edición. ISBN: 978-970-26-1185-1

$$(199) 0,0006507 + 0,25$$

$$N: \frac{50}{(0,1294893 + 0,25)}$$

$$N: \frac{50}{0,3794893}$$

$$N: 131.75 \text{ aprox: } 132.$$

No obstante y aplicando el método N ÓPTIMO,

$$\frac{Nn}{N + (n-1)}$$

$$\frac{200 (132)}{200 + (13)} = \frac{26400}{331} = 79.7 \text{ aprox } 80.$$

Así mismo, las encuestas se llevaron a cabo en dos etapas. En la primera se aplicaron de forma física a 62 personas de la sede principal de la organización y en un segundo momento 18 funcionarios respondieron la encuesta en línea (on line). Para un total de 80 personas.

Para realizar el diagnóstico se diseñó la encuesta que fue aplicada a los públicos internos, con base en los aportes de Herbert H. Hyman¹⁷ en su publicación, *Diseño y Análisis de Encuestas Sociales*.

¹⁷Op.Cit., P. 156.

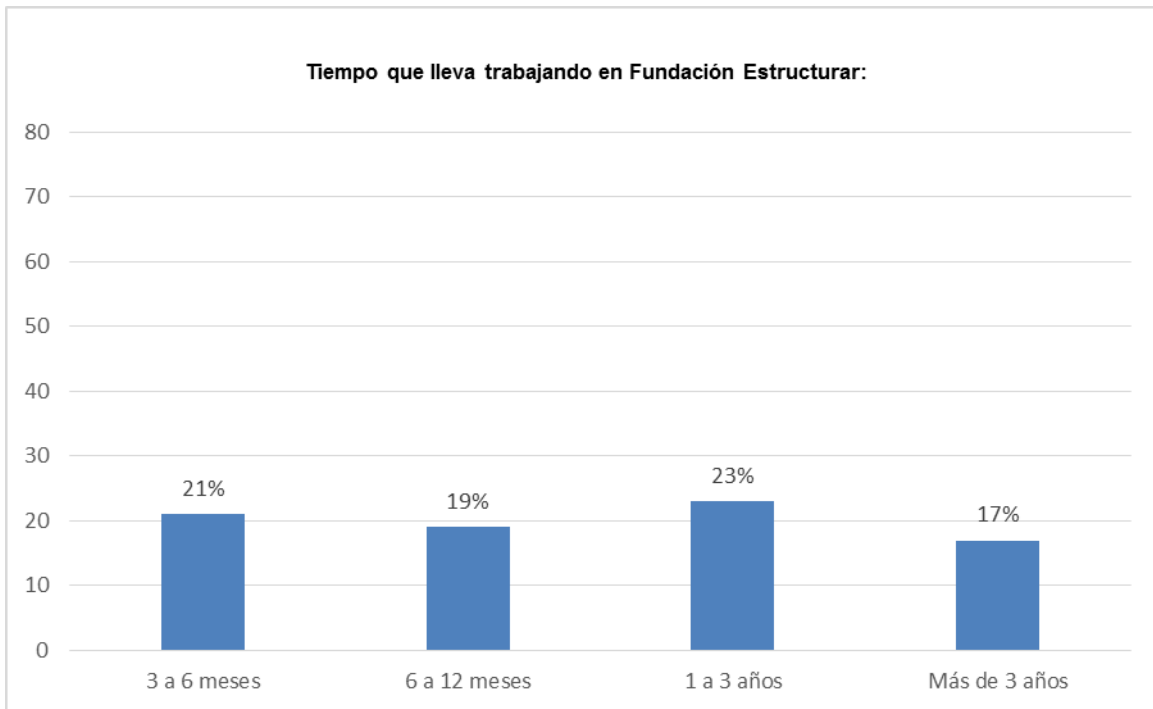
4.2.2. RESULTADOS

4.2.2.1. Encuesta:

Gráfica N° 1. Tiempo en la institución

1. Tiempo que lleva trabajando en Fundación Estructurar:

TIEMPO	
3 a 6 meses	21
6 a 12 meses	19
1 a 3 años	23
Más de 3 años	17

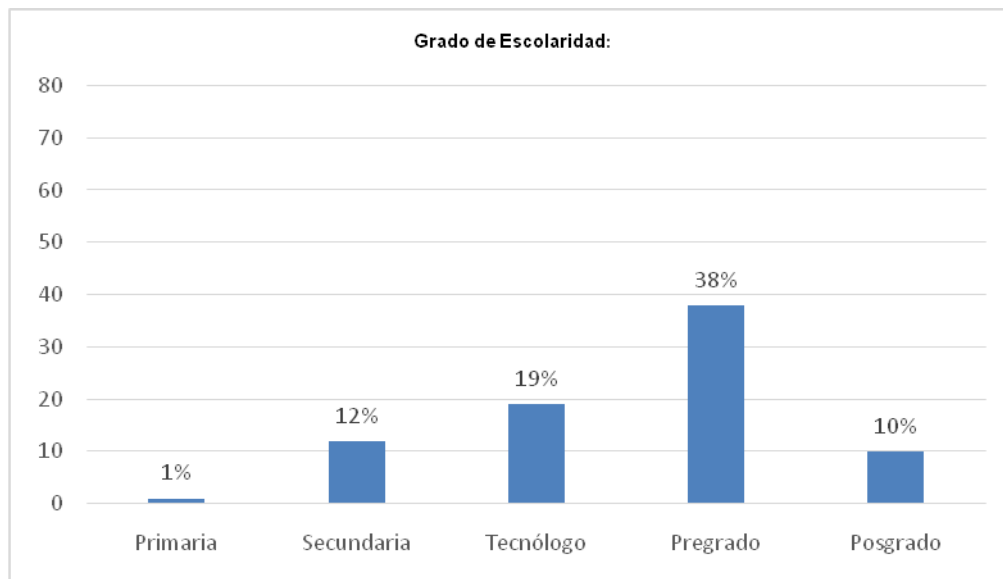


Con base en la encuesta aplicada a los públicos internos de la Fundación Estructurar, se pudo evidenciar que en la organización se encuentra trabajando en su mayoría funcionarios que tienen un duración entre 1 a 3 años. No obstante, se evidencia que el 21% corresponde a funcionarios recientemente (3 a 6 meses) vinculados a la Fundación, lo que indica que éste podría ser un factor explicativo del por qué hacía falta fortalecer la identidad corporativa en la organización.

2. Grado de escolaridad:

Gráfica N° 2. Grado de escolaridad

ESCOLARIDAD	
Primaria	1
Secundaria	12
Tecnólogo	19
Pregrado	38
Posgrado	10



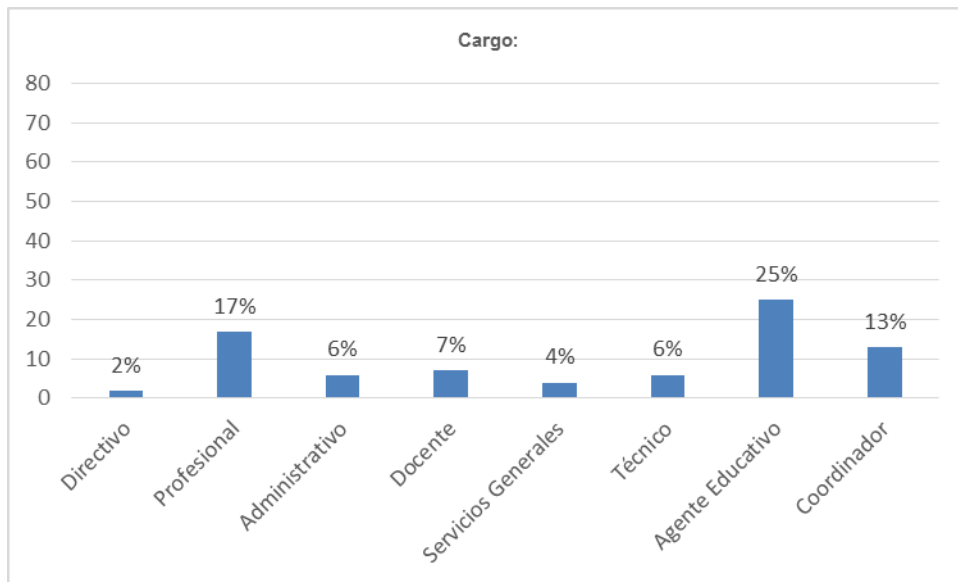
En cuanto al nivel de escolaridad se evidencia que el pregrado es el nivel más evidenciado en la Fundación Estructurar con un 52% seguido por el nivel tecnológico.

Lo anterior muestra el nivel de preparación, habilidades y capacidades que a través de una experiencia académica, poseen los funcionarios de la organización. Esto se puede ver reflejado en los últimos alcances y logros que ha obtenido la empresa a nivel social y regional. Uno de ellos y que vale la pena destacar, es que la Fundación Estructurar es una de las principales organizaciones no gubernamentales que al año 2014, ha logrado el 51% de deserción de los trabajadores infantiles en Bucaramanga. Estas noticias ubican a la organización en un escalonado referente a seguir entre otras organizaciones sin ánimo de lucro.

3. Cargo:

Gráfica N° 3. Cargo.

CARGO	
Directivo	2
Profesional	17
Administrativo	6
Docente	7
Servicios Generales	4
Técnico	6
Agente Educativo	25
Coordinador	13

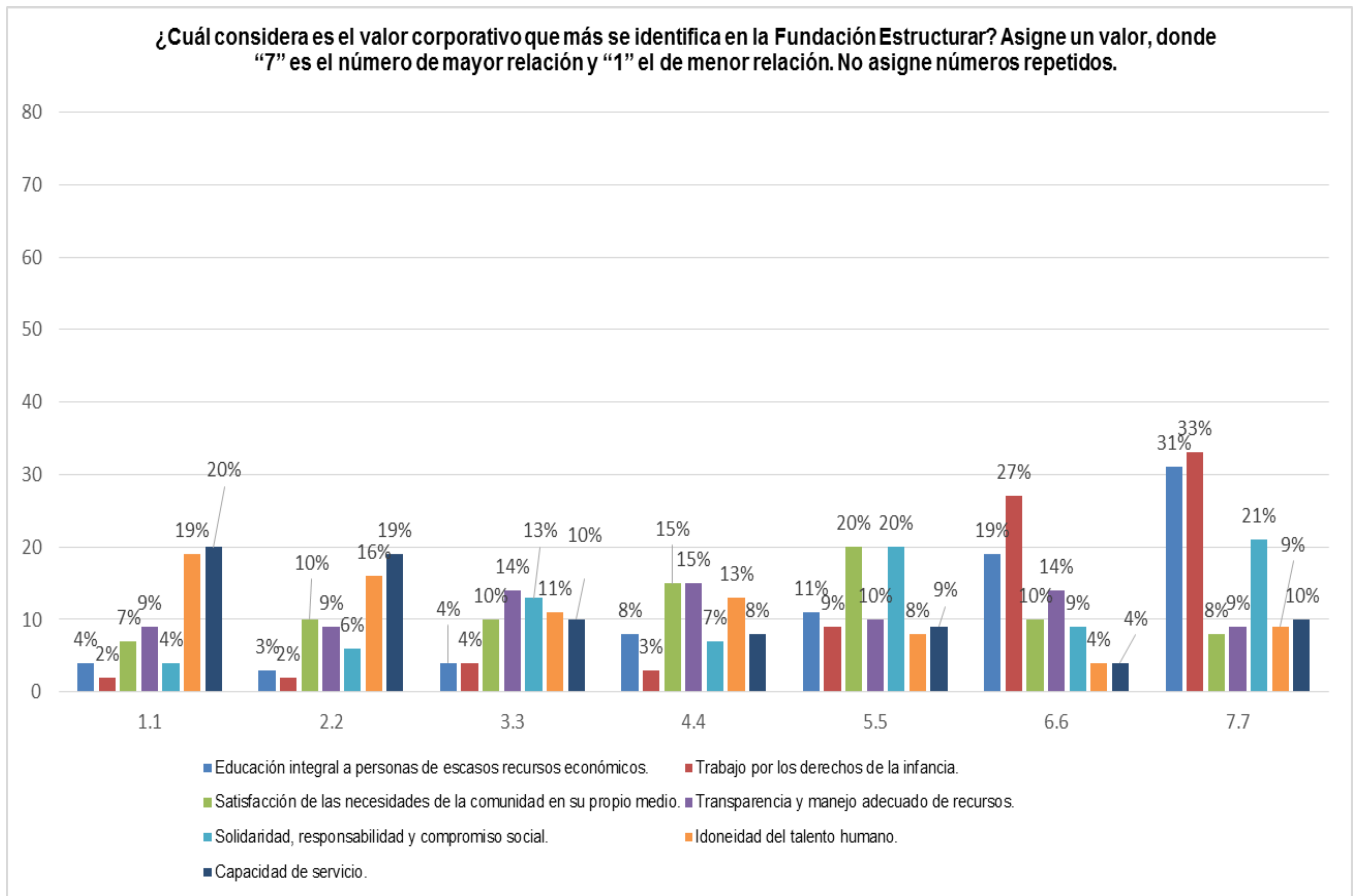


De la muestra poblacional seleccionada para la aplicación de las encuestas, el 25% de ellas fueron contestadas en su mayoría por agentes educativos, quienes brindan en gran parte apoyo y ayuda educativa a los coordinadores y los programas. Este porcentaje es seguido por los profesionales de apoyo y sus especialidades.

4. ¿Cuál considera es el valor corporativo que más se identifica en la Fundación Estructurar? Asigne un valor, donde “7” es el número de mayor relación y “1” el de menor relación. No asigne números repetidos.

Gráfica N° 4. Valor corporativo.

VALOR CORPORATIVO	1	2	3	4	5	6	7
Educación integral a personas de escasos recursos económicos.	4	3	4	8	11	19	31
Trabajo por los derechos de la infancia.	2	2	4	3	9	27	33
Satisfacción de las necesidades de la comunidad en su propio medio.	7	10	10	15	20	10	8
Transparencia y manejo adecuado de recursos.	9	9	14	15	10	14	9
Solidaridad, responsabilidad y compromiso social.	4	6	13	7	20	9	21
Idoneidad del talento humano.	19	16	11	13	8	4	9
Capacidad de servicio.	20	19	10	8	9	4	10



Al conocer los resultados en cuanto a la percepción sobre los valores corporativos más identificados por los funcionarios dentro de la organización se evidencia que los valores institucionales referenciados responden a los objetivos generales de la empresa y hacen parte del foco misional de ésta como lo dicta su misión:

“... atención integral para niños, niñas, adolescentes y jóvenes en extraedad, y situación de trabajo infantil, con énfasis en educación y formación orientada al trabajo, en el marco de la garantía de derechos”¹⁸

Es entonces, que los valores corporativos más identificados son: Trabajo por los derechos de la infancia y educación integral a personas de escasos recursos económicos.

En la actualidad la Fundación Estructurar a través de su institución educativa brinda educación integral a 350 niños, niñas y adolescentes de escasos recursos del norte de Bucaramanga y consolida desde hace 27 años, excelencia en calidad educativa que le ha permitido el ingreso de sus egresados a universidades de la ciudad, por sus capacidades intelectuales.

Además como producto de ello, en el 2014 distintas organizaciones otorgaron becas de estudio y ayudas económicas a 10 egresados de la institución.

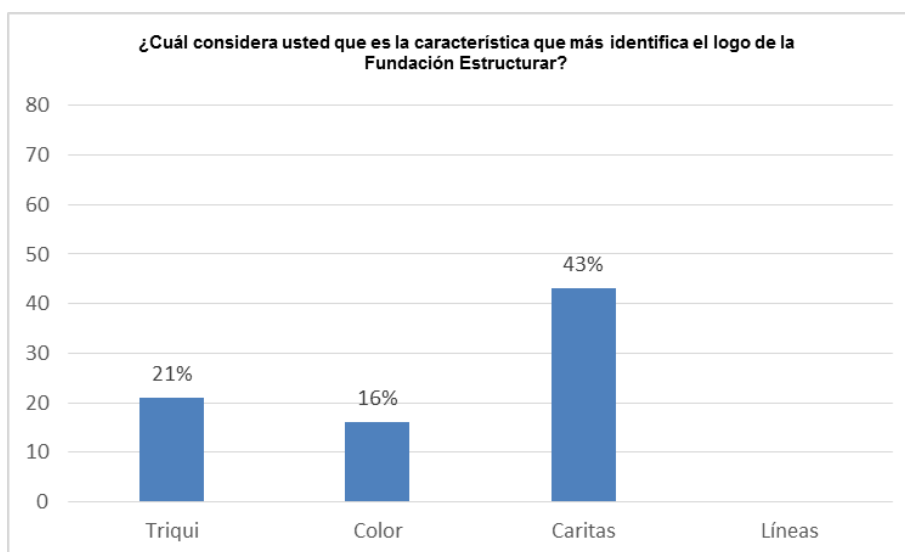
No obstante, llama la atención el hecho de que los valores de menor identificación sean la idoneidad del talento humano y la capacidad de servicio, ya que se ubican entre los índices más bajos.

¹⁸ FUNDACIÓN ESTRUCTURAR. Mi Fundación. Misión [En Línea] Disponible en página web Fundación Estructurar. <http://fundacionestructurar.org/mi-fundacion-estructurar/mision-y-vision.html> [Consultado el 25 de noviembre de 2014]

5. Cuál considera usted que es la característica que más identifica el logo de la Fundación Estructurar?

Gráfica N° 5. Logo

LOGO	
Triqui	21
Color	16
Caritas	43
Líneas	



Según la percepción de los públicos internos de la Fundación Estructurar, las caritas felices son la característica más identificada en el logo ** con un porcentaje de 43%.

Ilustración N° 2. Logo Fundación Estructurar.



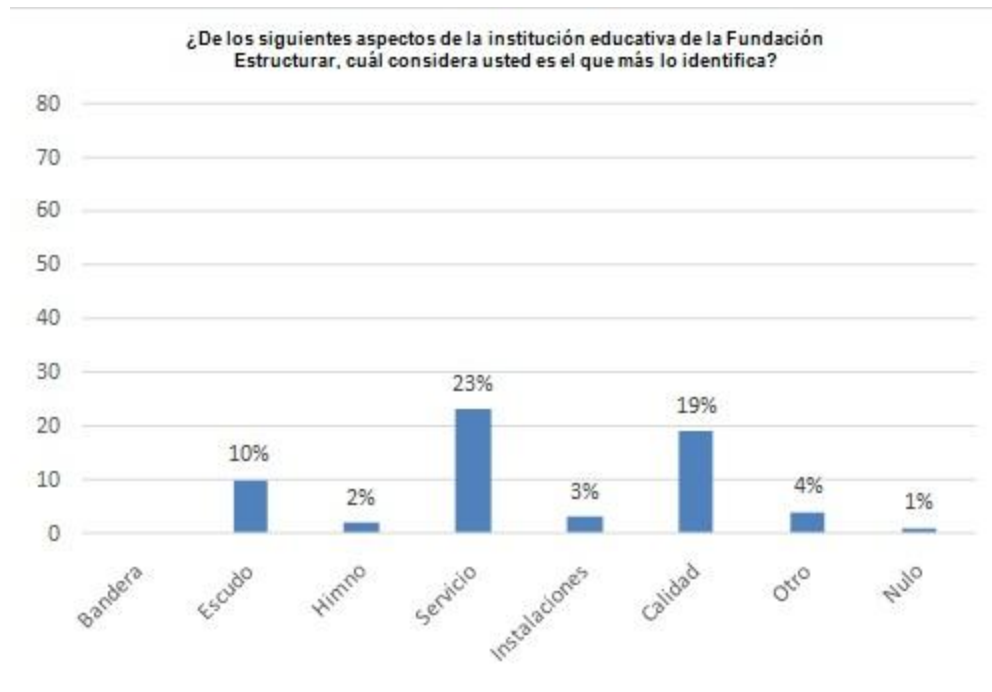
** El logo de la Fundación Estructurar hace alusión al juego, la alegría y la infancia. Por ello, uno de los mensajes más significativos de la organización es: "Juego mientras aprendo"

6. ¿De los siguientes aspectos de la institución educativa de la Fundación Estructurar, cuál considera usted es el que más lo identifica?***

Gráfica N° 6. Aspectos más identificados de la institución educativa.

INSTITUCIÓN	
Bandera	
Escudo	10
Himno	2
Servicio	23
Instalaciones	3
Calidad	19
Otro	4
Nulo	1

*** Esta pregunta fue de exclusividad del formato aplicado en físico.



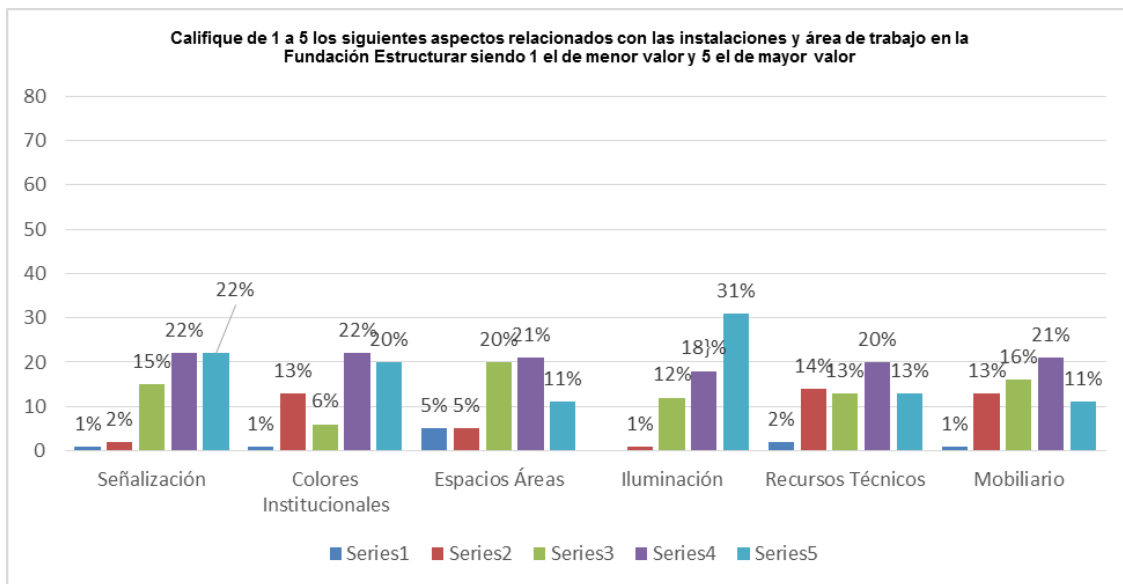
Con esta pregunta se buscó conocer los aspectos relacionados con la identidad de la organización. Por lo que este ítem fue aplicado a los públicos internos presentes y no fue compartido a los públicos aplicados por plataforma virtual.

En éste se muestra que el servicio con un 23% ofrecido por la institución educativa es el aspecto más evidenciado. De igual forma, su calidad reflejada en el programa educativo es uno de los principales evidenciados con un 19%.

7. Califique de 1 a 5 los siguientes aspectos relacionados con las instalaciones y área de trabajo en la Fundación Estructurar siendo 1 el de menor valor y 5 el de mayor valor ****.

Gráfica N° 7. Aspectos relacionados con instalaciones y áreas de trabajo.

ASPECTO	1	2	3	4	5
Señalización	1	2	15	22	22
Colores Institucionales	1	13	6	22	20
Espacios Áreas	5	5	20	21	11
Iluminación	0	1	12	18	31
Recursos Técnicos	2	14	13	20	13
Mobiliario	1	13	16	21	11



En este punto se evidencia de forma muy clara que la iluminación es el principal aspecto identificado. Lo anterior tiene relación directa con la estructura y ubicación de las instalaciones de la sede principal de la organización. De igual forma, la señalización es un elemento de importancia dentro de la organización, esto es evidenciado por los funcionarios y habla de un buen trabajo realizado por el área de recurso y talento humano.

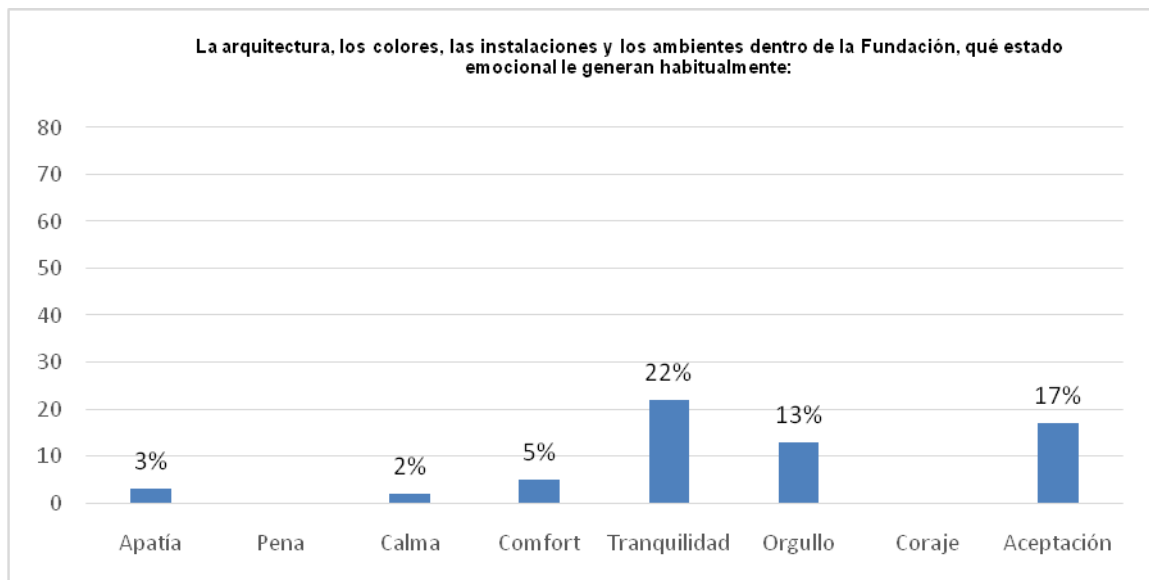
Por su parte, los recursos técnicos y los espacios en áreas responden a la situación actual que presenta las instalaciones de la organización. Dado que por el rápido crecimiento de la institución en los últimos 5 años, el nivel de contratación ha aumentado y los espacios de trabajo se han visto reducidos considerablemente.

**** Esta pregunta fue de exclusividad del formato aplicado en físico.

8. La arquitectura, los colores, las instalaciones y los ambientes dentro de la Fundación, qué estado emocional le generan habitualmente *****

Gráfica N° 8. Estado emocional.

ESTADO EMOCIONAL	
Apatía	3
Pena	0
Calma	2
Comfort	5
Tranquilidad	22
Orgullo	13
Coraje	0
Aceptación	17



Este gráfico refleja que el 22% de los funcionarios se sienten tranquilos en sus espacios de trabajo y desarrollo de sus funciones. Este punto es importante ya que precisa y demuestra que los ambientes de trabajo, su estructura y sus espacios generan un estado de tranquilidad en los públicos internos hacia su organización. Este estado emocional puede aludirse a distintos factores como, estabilidad económica que brinda la organización, buen clima laboral, entre otros.

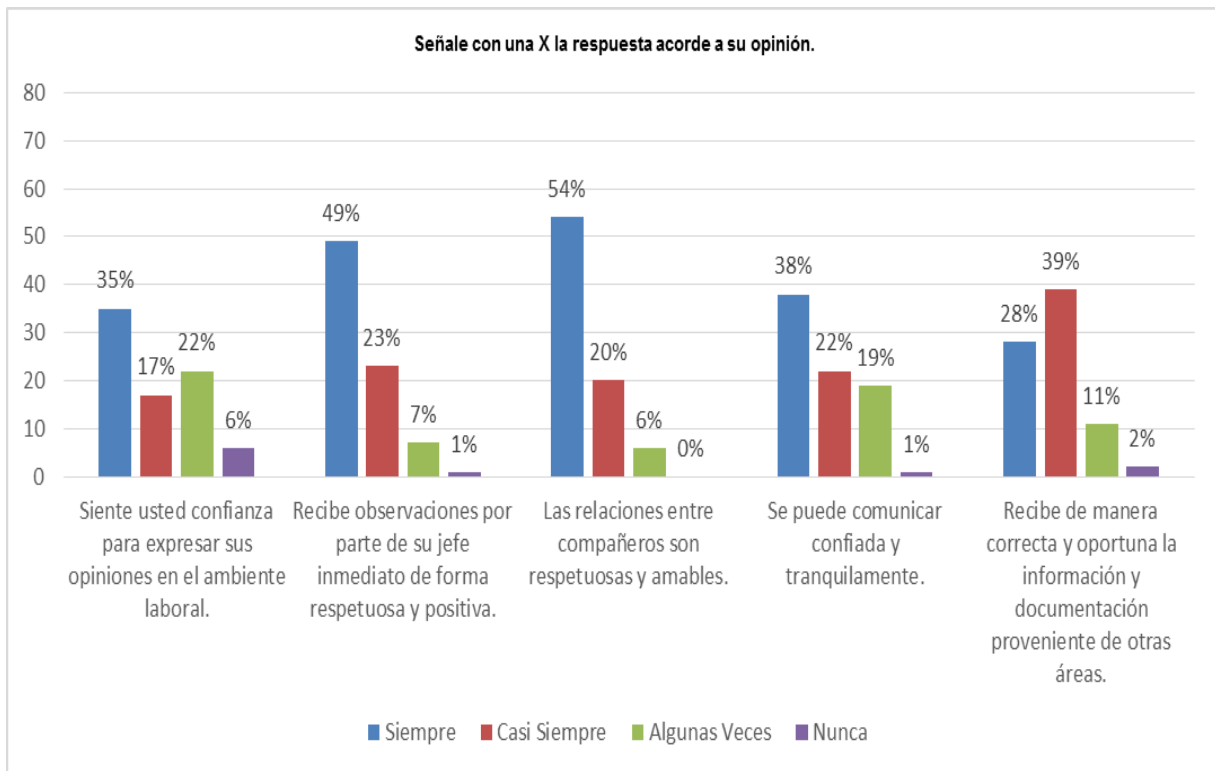
En ese mismo sentido, la aceptación se vio reflejada en un 17% de la percepción de los públicos internos, lo que complementa la percepción de tranquilidad reflejada anteriormente.

***** Esta pregunta fue de exclusividad del formato aplicado en físico.

9. Señale con una X la respuesta acorde a su opinión.

Gráfica N° 9. Percepción.

Señale con una X la respuesta acorde a su opinión.	Siempre	Casi Siempre	Algunas Veces	Nunca
Siente usted confianza para expresar sus opiniones en el ambiente laboral.	35	17	22	6
Recibe observaciones por parte de su jefe inmediato de forma respetuosa y positiva.	49	23	7	1
Las relaciones entre compañeros son respetuosas y amables.	54	20	6	0
Se puede comunicar confiada y tranquilamente.	38	22	19	1
Recibe de manera correcta y oportuna la información y documentación proveniente de otras áreas.	28	39	11	2



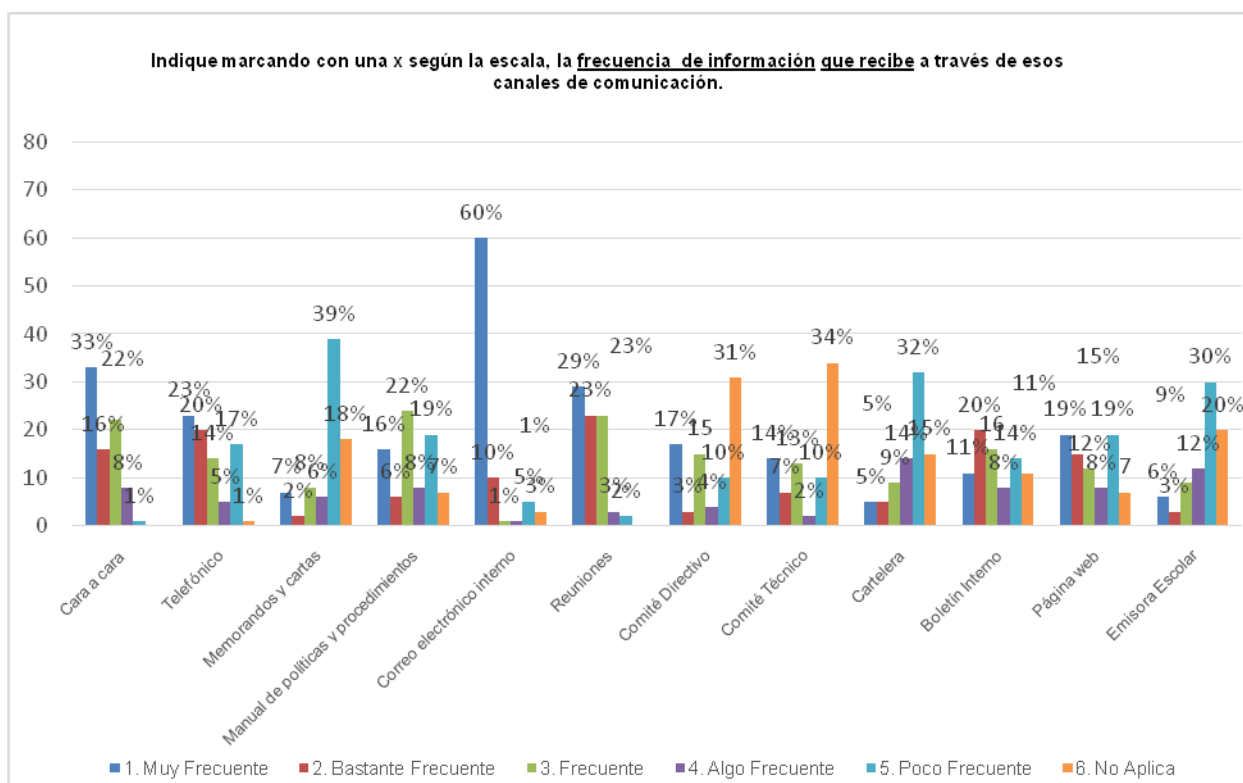
Del siguiente gráfico se puede inferir que las relaciones entre compañeros son respetuosas y amables con un alto porcentaje del 54%. Seguida por un 49% que corresponde a recibir observaciones por parte de su jefe inmediato de forma respetuosa y positiva. Este aspecto acentúa las comunicaciones internas y fortalece las relaciones interpersonales en pro del desarrollo de funciones.

Por su parte, se evidencia que el aspecto relacionado con la confianza para expresar las opiniones en el ambiente laboral es bajo. Esta situación puede llegar a crear un sesgo en la libertad para expresarse.

10. Indique marcando con una x según la escala, la frecuencia de información que recibe a través de esos canales de comunicación.

Gráfica N°10. Frecuencia de información.

FRECUENCIA	1. Muy Frecuente	2. Bastante Frecuente	3. Frecuente	4. Algo Frecuente	5. Poco Frecuente	6. No Aplica
Cara a cara	33	16	22	8	1	0
Telefónico	23	20	14	5	17	1
Memorandos y cartas	7	2	8	6	39	18
Manual de políticas y procedimientos	16	6	24	8	19	7
Correo electrónico interno	60	10	1	1	5	3
Reuniones	29	23	23	3	2	0
Comité Directivo	17	3	15	4	10	31
Comité Técnico	14	7	13	2	10	34
Cartelera	5	5	9	14	32	15
Boletín Interno	11	20	16	8	14	11
Página web	19	15	12	8	19	7
Emisora Escolar	6	3	9	12	30	20



Con base en la información suministrada por la gráfica, se evidencia que el 60% de los funcionarios consideran que el canal de comunicación más usado es el correo electrónico interno. Lo anterior se puede referenciar ya que la organización cuenta con distintas sedes en Bucaramanga que operan entre sí, por lo que el correo institucional se ha convertido en un canal rápido y frecuente.

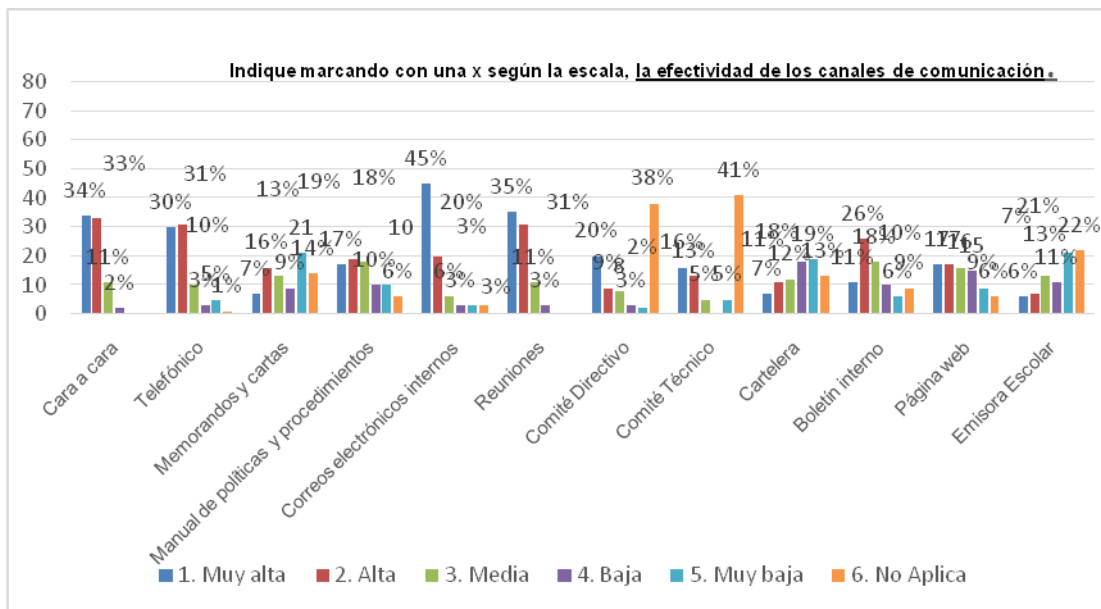
Así mismo, la cara a cara y las reuniones se ubican en el segundo y tercer lugar con un 33% y 29% en su orden.

Por su parte los canales menos frecuentes son los memorandos y cartas y la cartelera institucional. Por esta razón se hace más necesario el fortalecimiento de la identidad corporativa a través de estos canales de información y comunicación interno. Para ello, se realizó un mensaje que fue ubicado en estos puntos.

11. Indique marcando con una x según la escala, la efectividad de los canales de comunicación.

Gráfica N° 11. Efectividad de los canales de información.

EFFECTIVIDAD	1. Muy alta	2. Alta	3. Media	4. Baja	5. Muy baja	6. No Aplica
Cara a cara	34	33	11	2	0	0
Telefónico	30	31	10	3	5	1
Memorandos y cartas	7	16	13	9	21	14
Manual de políticas y procedimientos	17	19	18	10	10	6
Correos electrónicos internos	45	20	6	3	3	3
Reuniones	35	31	11	3	0	0
Comité Directivo	20	9	8	3	2	38
Comité Técnico	16	13	5	0	5	41
Cartelera	7	11	12	18	19	13
Boletín interno	11	26	18	10	6	9
Página web	17	17	16	15	9	6
Emisora Escolar	6	7	13	11	21	22



De acuerdo con la información del gráfico, el correo electrónico y la cara a cara aparte de ser los canales de comunicación más usados se convierten en los más efectivos, según un 45% y 34% respectivamente.

Consecuente con lo anterior, los memorandos y cartas y la cartelera ratifican su ubicación como los canales comunicativos e informativos menos efectivos.

4.3. DISEÑAR Y EJECUTAR LA CAMPAÑA DE IDENTIDAD CORPORATIVA EN LA FUNDACIÓN ESTRUCTURAR, DE ACUERDO A SUS PÚBLICOS.

La campaña se enfocó en tres aspectos: Capacitación, taller de habilidades comunicativas y el diseño de piezas comunicativas. Sin embargo, la implementación de las dos primeras actividades no se pudo llevar a cabo, debido a que se presentaron clausuras y cierre de actividades de algunos programas operados por la empresa, lo que significó una reducción de tiempo y empleados para su asistencia.

Ante ello, la Dirección de la Fundación Estructurar propuso incluir la capacitación de fortalecimiento de Identidad Corporativa y el Taller de Habilidades Comunicativas en el Plan Estratégico de Comunicaciones de 2015.

4.3.1. Capacitación en el fortalecimiento de la Identidad Corporativa.

Una vez identificados los públicos internos de la Fundación Estructurar, se elaboró un documento guía para la capacitación en el fortalecimiento de la identidad corporativa, que busca que los asistentes identifiquen los componentes y atributos de la identidad corporativa a través de ejercicios de reconocimiento e identificación.

Para ello, se partió desde las percepciones obtenidas como resultados de la encuesta y se procedió a crear una presentación interactiva en Prezi.com. Al finalizar el tiempo de pasantía, estos archivos fueron entregados a las directivas de la organización.

Ver Anexo B. Capacitación de Fortalecimiento de Identidad Corporativa.

4.3.2. Taller de Habilidades Comunicativas.

En este punto, se elaboró un documento práctico con ejercicios básicos como la escucha, el habla y el análisis, con el fin de que los asistentes fortalecieran y potencializaran sus habilidades comunicativas.

Con las actividades de lectoescritura, comprensión lectora, análisis interpretativo y argumentativo los asistentes pudieron mejorar y canalizar sus capacidades de oralidad y escritura. El documento contiene 18 páginas y su implementación está dirigida hacia los públicos internos de la Fundación Estructurar. Ver Anexo C. Taller de Habilidades Comunicativas.

4.3.3. Diseño de piezas de comunicación.

En este punto se elaboraron piezas gráficas que ayudaron a interiorizar la identidad corporativa en la organización por medio de los elementos como la misión, la visión, sus programas, con el propósito de promocionar, promover y apoyar las campañas y proyectos de la organización.

Una de ellas consistió en la promoción e incentivación de los públicos internos para que apoyaran el plan padrino, proyecto del área de Mercadeo Social que busca apadrinar a niños, niñas y adolescentes de la institución educativa y demás programas de la Fundación Estructurar.

Para este objetivo se diseñó una pieza gráfica que fue publicada en el boletín interno, página web y grupos de información de la Fundación.

Ver Anexo D. Piezas de Comunicación.

4.4. APOYAR LAS ACTIVIDADES DIARIAS DE LA FUNDACIÓN ESTRUCTURAR Y SU PLAN DE MEDIOS.

4.4.1. Boletín Informativo “Estructurar al día”.

Para el desarrollo de dicha función, cada mes se realizó el proceso de recopilación de la información a través del cubrimiento periodístico de las actividades y eventos mensuales realizados por la Fundación o donde ésta asistiera como invitada, para posteriormente seleccionar los contenidos y redactarlos. Estos contenidos junto con su registro fotográfico se revisaban y eran aprobados por las directivas de la organización y finalmente se compartían con la agencia Social Think, encargada del diseño y envío por plataforma MailChimp del boletín informativo.

Cabe mencionar que se realizó el apoyo al desarrollo del boletín en los meses de julio, agosto, septiembre, octubre, noviembre y diciembre, para un total de 6 boletines informativos. Ver Anexo E. Boletín “Estructurar al día”.

4.4.2. Redes Sociales.

La participación en la actualización de las redes sociales consistió en brindar apoyo a la estrategia digital implementada por la agencia de marketing Social Think, empresa que desarrolla un convenio con la Fundación Estructurar. El apoyo otorgado consistía en generar contenidos durante 3 veces al día todos los días de la semana para las redes sociales, con información relevante, actual y propia de la organización que permitiera vincular, atraer y enganchar a los públicos externos e internos de la misma.

Para ello, se elaboró un documento que reunía la información, denominado “Record de Noticias” donde se recopilaba día a día la información a criterio para Facebook, Twitter, LinkedIn y Google +, así como se reafirmaba un lenguaje distinto y adecuado para cada red social.

Este documento se construía gracias a la continua supervisión, revisión y paneo realizado a diario a medios de comunicación, ong’s, organismos de control, aliados, actividades diarias, entre otros.

Una vez armado el documento por secciones, se enviaba a las directivas de la organización para su aprobación y finalmente se publicaba la información en las redes sociales.

En la actualidad la Fundación Estructurar cuenta con las redes sociales como herramientas de financiación, apoyo, liderazgo, llamado a la acción y movilización y hace presencia en: Facebook, Twitter, Google Plus, LinkedIn y Youtube.

Ver Anexo F. Redes Sociales.

4.4.3. Banco de Imágenes.

Se apoyó la actualización del banco de imágenes digital subdivido en carpetas que reúne las imágenes de cada actividad desarrollada por meses del año y se conglomeró en un archivo digital. Ver Anexo G. Banco de Imágenes.

El apoyo a esta función consistía en realizar acompañamiento y cubrimiento periodístico a cada actividad para elaborar un registro fotográfico del evento asistido. Posteriormente se incluían las imágenes al banco de registros donde se organizaba y ubicaba en el mes en que se llevaba a cabo.

Se realizó la entrega de 6 carpetas con imágenes actualizadas de todas las actividades de relevancia a las que se les brindó cubrimiento periodístico de la Fundación. El archivo digital se encuentra en un disco extraíble.

4.4.4. Boletín Informativo Interno.

Durante el desarrollo de la pasantía, se propuso la creación de un espacio propio y de interés para los públicos internos de la organización, por lo cual se elaboró el boletín informativo interno de la Fundación Estructurar.

Allí se brindó cubrimiento periodístico a eventos, reuniones y actividades internas, con el fin de plasmar la información en cinco (5) boletines informativos que fueron redactados, y divulgados de forma mensual. Ver Anexo H. Boletín Interno.

El boletín informativo interno es una publicación virtual que está conformada por cuatro (4) secciones:

- *En Estructurar cómo vamos:* Resalta las noticias internas sobre programas, proyectos y procesos que se estén llevando a cabo.
- *Le interesa Saber...:* Sobre noticias de interés local, regional, nacional o por áreas que pueda servir de ayuda o guía a los públicos.
- *NotiEstructurar:* Es la recopilación de la información donde la organización hizo presencia durante ese mes en medios de comunicación, empresas, actividades y demás a nivel externo.
- *Click:* Noticias con un lenguaje fresco que resalta el trabajo de los funcionarios, el ingreso de nuevo personal o la despedida y logros de la organización.

4.4.5. Presencia en Medios de Comunicación.

Para cumplir con este objetivo se organizó toda la información recopilada a través del tiempo y que fue publicada en los distintos medios de comunicación virtual e impreso del país y el mundo y en donde se registrara la labor de la Fundación Estructurar.

Esta información fue organizada en 2 AZ's que se encuentran distribuidas en secciones:

- **Publicaciones en medios de comunicación:** En ella se actualizaba la información por medio de la recopilación de todas las noticias e información publicada en distintos medios de comunicación donde se registró la labor de la Fundación. Para ello, se realizaba un paneo de medios diario, donde se revisaba, leía y supervisaba la información de páginas de aliados, organismos de control tanto municipal, local, regional y nacional, así como de organizaciones como medios de comunicación, ong's y demás.
- **Piezas Gráficas:** Se organizaron los diseños y piezas gráficas impresas que fueron creadas con el fin de financiar, divulgar o promocionar algún objetivo de la Fundación, así mismo se archivaron las nuevas piezas gráficas que fueron utilizadas durante el 2014.
- **Noticias de Contexto.** Se organizó los archivos de noticias e informes publicados en medios de comunicación que permitieron contextualizar, informar y comunicar sobre las historias de vida, casos judiciales y demás de la zona de acción de la FE. Ver Anexo I. Paneo a Medios.

4.4.6. Página Web.

La participación consistía en la redacción de notas periodísticas para la sección "Destacados" y con frecuencia semanal, donde se informaba a la comunidad sobre las principales actividades de la Fundación. En total se publicaron 52 notas destacadas en el portal web. Ver Anexo J. Notas Destacadas.

4.4.7. Agenda Informativa.

Los días lunes o viernes de cada semana se redactaba y enviaba un correo electrónico a los coordinadores de cada programa y área de la organización con el fin de que ellos compartieran a través de éste la información sobre las actividades, reuniones y eventos programados para esa semana y que requerían acompañamiento y cubrimiento periodístico. Ver Anexo K. Agenda Informativa.

4.4.8. Comité Directivo.

La función designada consistía en la participación de los comités organizados por la dirección de la Fundación, con el fin de rendir informe sobre los retos y logros que se desarrollaban en el área de comunicaciones.

4.4.9. Base de datos.

Se actualizó la base de datos de comunicadores sociales, periodistas y las empresas de comunicación a nivel local, regional, nacional e internacional. Así como se incluyeron nuevos contactos en ella.

4.4.10. Correo alterno.

Una de las funciones designadas por la alta gerencia, consistía en la supervisión y revisión del correo de contacto de la organización, con el fin de re direccionar la información que allí llegaba al área adecuada para su pronta respuesta.

4.4.11. Gestión en medios de comunicación.

Se realizó el acompañamiento y gestión en medios de comunicación con el propósito de promover las actividades y objetivos de la organización. Este acompañamiento fue hacia la dirección ejecutiva de la empresa. Ver Anexo L. Visita a medios.

4.4.12. Cápsulas informativas.

Se gestionó y realizó el acompañamiento al desarrollo de cápsulas informativas sobre temas de relevancia dentro de la organización. Esto se realizaba con apoyo del área de Comunicaciones de la Cámara de Comercio de Bucaramanga. Ver Anexo P. Píldoras informativas.

CONCLUSIONES

- Se evidenció por medio de la encuesta que los públicos internos con más tiempo en la empresa tienen conocimiento sobre aspectos de la identidad corporativa de la organización como la historia, misión y visión, pero sucede lo contrario con los públicos internos que llevan poco tiempo vinculados, puesto que desconocen casi por completo aspectos de la identidad corporativa como sus objetivos institucionales, política de calidad, entre otros.
- Frente a las redes sociales, preocupa la desatención que presentan los públicos internos hacia la información que genera la organización en los distintos medios de comunicación externo e interno. Esto hace un llamado de atención para crear estrategias comunicacionales que incentive a los públicos a interesarse por cómo visualizan a la empresa.
- El desarrollo de este plan de trabajo le permitió a la Fundación Estructurar evidenciar debilidades y fortalezas en materia de comunicación ascendente y descendente, clima laboral y cultura organizacional; así como temáticas referentes a espacios adecuados y finalmente reconocimiento e identificación de la identidad corporativa.
- En el proceso de identificar los públicos internos de la organización, se puede realizar el levantamiento de un nuevo mapa de públicos, actualizado y detallado de los públicos internos y externos de la organización.
- La implementación de la campaña interna “Yo soy Estructurar”, deja a la organización dos importantes guías prácticas sobre identidad corporativa y habilidades comunicativas que deben ser aprovechadas para mejorar la comunicación, identidad, clima y cultural organizacional.

RECOMENDACIONES

- Se sugiere tener en cuenta la implementación del material práctico elaborado por el pasante con el fin de llamar la atención de los públicos internos para que identifiquen y valoren su identidad corporativa.
- Considerando que el manejo de las redes sociales y la página web de la organización hasta el momento son desarrolladas por las empresas Social Think y Agencia PVS, respectivamente y sus objetivos son apoyados por el pasante de Comunicación Social en la entidad, se recomienda promover la figura de un Community Manager desde adentro de la organización que ayude al desarrollo de estrategias digitales para la organización y que permita mejorar la inmediatez de las publicaciones sobre los hechos noticiosos de la empresa.
- Se recomienda continuar con procesos comunicacionales que permitan reconocer e identificar las necesidades e inquietudes de los públicos internos, así como la articulación y trabajo en equipo con el área de Talento Humano sobre actividades a través de las cuales se socialicen los cambios de elementos de identidad corporativa dentro de la organización, tales como uniformes, señalética e ingreso y salida de personal y cambios operativos.

BIBLIOGRAFÍA

CASTELLS, Miguel.: “La era de la información: economía, sociedad y cultural”, vol.2. Madrid: Alianza Editores, 2007.

COSTA, Joan. Identidad Corporativa. México: Editorial Trillas, 1993.

Fundación Estructurar. Mi Fundación. Nuestra Historia. [En Línea] <http://fundacionestructurar.org/mi-fundacion-estructurar/nuestra-historia.html> [Consultado el 23 de noviembre de 2014]

Fundación Estructurar. Mi Fundación. Nuestra Historia. [En Línea] <http://fundacionestructurar.org/mi-fundacion-estructurar/nuestra-historia.html> [Consultado el 23 de noviembre de 2014]

Fundación Estructurar. Mi Fundación. Misión y Visión. [En Línea] <http://fundacionestructurar.org/mi-fundacion-estructurar/mision-y-vision.html> [Consultado el 23 de noviembre de 2014]

Fundación Estructurar. Mi Fundación. Valores Corporativos. [En Línea] <http://fundacionestructurar.org/mi-fundacion-estructurar/valores-corporativos.html> [Consultado el 23 de noviembre de 2014]

SÁNCHEZ, Laura: Elaboración del Manual de Comunicaciones de la Fundación Estructurar. Bucaramanga, 2012. Trabajo de Grado (Comunicadora Social – Periodista). Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga. Escuela de Ciencias Sociales. Facultad de Comunicación Social –Periodismo.

SANZ, Miguel - GONZÁLEZ, María: Identidad Corporativa: Claves de la Comunicación Empresarial. Madrid: ESIS Editorial, 2005.

VILLAFANE, Justo. Identidad Corporativa. [En Línea]. <http://www.villafane.com/> [Consultado el 19 de enero de 2015]

ANEXOS

Anexo A. Formato de encuesta física y online.

	FUNDACIÓN ESTRUCTURAR	ENCUESTA DE ANÁLISIS DE IDENTIDAD CORPORATIVA 2014
---	----------------------------------	---

Objetivo: La siguiente encuesta busca conocer la percepción en los funcionarios sobre la Identidad Corporativa de la Fundación Estructurar. Agradecemos su sinceridad en las respuestas. Tenga en cuenta que este formato tiene como fin servir de ayuda al Plan de Pasantía de la pasante, estudiante de Comunicación Social de la UPB.

Fecha: _____

Tiempo que lleva trabajando en Fundación Estructurar:

- 3 a 6 meses 6 a 12 meses 1 a 3 años Más de 3 años

Grado de Escolaridad:

- Primaria Secundaria Tecnólogo Profesional Posgrado

Cargo:

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Directivo | <input type="checkbox"/> Servicios Generales |
| <input type="checkbox"/> Profesional | <input type="checkbox"/> Técnico |
| <input type="checkbox"/> Administrativo | <input type="checkbox"/> Agente Educativo |
| <input type="checkbox"/> Docente | <input type="checkbox"/> Coordinador |

1. **¿Cuál considera es el valor corporativo que más se identifica en la Fundación Estructurar? Asigne un valor, donde "7" es el número de mayor relación y "1" el de menor relación. No asigne números repetidos.**

- | | |
|---|--------------------------|
| a. Educación integral a personas de escasos recursos económicos | <input type="checkbox"/> |
| b. Trabajo por los derechos de la infancia | <input type="checkbox"/> |
| c. Satisfacción de las necesidades de la comunidad en su propio medio | <input type="checkbox"/> |
| d. Transparencia y manejo adecuado de recursos | <input type="checkbox"/> |
| e. Solidaridad, responsabilidad y compromiso social | <input type="checkbox"/> |
| f. Idoneidad del talento humano | <input type="checkbox"/> |
| g. Capacidad de servicio | <input type="checkbox"/> |

2. **¿Cuál considera usted que es la característica que más identifica el logo de la Fundación Estructurar?**

- | | |
|--------------------|--------------------------|
| a. Triqui | <input type="checkbox"/> |
| b. Color | <input type="checkbox"/> |
| c. Caritas felices | <input type="checkbox"/> |
| d. Líneas | <input type="checkbox"/> |

3. ¿De los siguientes aspectos de la institución educativa de la Fundación Estructurar, cuál considera usted es el que más lo identifica?

- a. Bandera
- b. Escudo
- c. Himno
- d. Servicio
- e. Instalaciones
- f. Calidad
- g. Otro, cuál: _____

4. Califique de 1 a 5 los siguientes aspectos relacionados con las instalaciones y área de trabajo en la Fundación Estructurar siendo 1 el de menor valor y 5 el de mayor valor.

Aspecto	1	2	3	4	5
Señalización					
Presencia de colores institucionales					
Espacio en las áreas de trabajo					
Iluminación					
Recursos técnicos y/o tecnológicos (software, equipos, hardware, internet, etc.)					
Mobiliario					

9. La arquitectura, los colores, las instalaciones y los ambientes dentro de la Fundación, qué estado emocional le generan habitualmente:

- a. Apatía
- b. Pena
- c. Calma
- d. Comfort
- e. Tranquilidad
- f. Orgullo
- g. Coraje
- h. Aceptación


10. Señale con una X la respuesta acorde con su opinión.

	Siempre	Casi Siempre	Algunas veces	Nunca
1. Siente usted confianza para expresar sus opiniones en el ambiente laboral.				
2. Recibe observaciones por parte de su jefe inmediato de forma respetuosa y positiva.				
3. Las relaciones entre compañeros son respetuosas y amables.				
4. Se puede comunicar confiada y tranquilamente.				
5. Recibe de manera correcta y oportuna la información y documentación proveniente de otras áreas.				

11. Indique marcando con una x según la escala, la frecuencia de información que recibe a través de esos canales y la efectividad de los mismos.

CANALES DE INFORMACIÓN	1. <u>Frecuencia de información que recibo por este canal</u>						<u>Efectividad del canal</u>					
	Muy Frecuente	Bastante Frecuente	Frecuente	Algo Frecuente	Poco Frecuente	NA	Muy alta	Alta	Media	Baja	Muy baja	NA
a. Cara a cara												
b. Telefónico												
c. Memorandos y cartas												
d. Manual de políticas y procedimientos												
e. Correos electrónicos internos												
f. Reuniones												
g. Comité Directivo												
h. Comité Técnico												
i. Cartelera												
j. Boletín interno												
k. Página web												
i. Emisora Escolar												

Anexo A. Formato de Encuesta online.

	FUNDACIÓN ESTRUCTURAR	ENCUESTA DE ANÁLISIS DE IDENTIDAD CORPORATIVA 2014
---	----------------------------------	---

Objetivo: La siguiente encuesta busca conocer la percepción en los funcionarios sobre la Identidad Corporativa de la Fundación Estructurar. Agradecemos su sinceridad en las respuestas. Tenga en cuenta que este formato tiene como fin servir de ayuda al Plan de Pasantía de la pasante, estudiante de Comunicación Social de la UPB.

Fecha: _____

Tiempo que lleva trabajando en Fundación Estructurar:

- 3 a 6 meses 6 a 12 meses 1 a 3 años Más de 3 años

Grado de Escolaridad:

- Primaria Secundaria Tecnólogo Profesional Posgrado

Cargo:

- Directivo
 Profesional
 Administrativo
 Docente
 Servicios Generales
 Técnico
 Agente Educativo
 Coordinador

4. ¿Cuál considera es el valor corporativo que más se identifica en la Fundación Estructurar? Asigne un valor, donde “7” es el número de mayor relación y “1” el de menor relación. No asigne números repetidos.

- | | |
|---|--------------------------|
| h. Educación integral a personas de escasos recursos económicos | <input type="checkbox"/> |
| i. Trabajo por los derechos de la infancia | <input type="checkbox"/> |
| j. Satisfacción de las necesidades de la comunidad en su propio medio | <input type="checkbox"/> |
| k. Transparencia y manejo adecuado de recursos | <input type="checkbox"/> |
| l. Solidaridad, responsabilidad y compromiso social | <input type="checkbox"/> |
| m. Idoneidad del talento humano | <input type="checkbox"/> |
| n. Capacidad de servicio | <input type="checkbox"/> |

5. ¿Cuál considera usted que es la característica que más identifica el logo de la Fundación Estructurar?

- a. Triqui
b. Color
c. Caritas felices
d. Líneas

6. Señale con una X la respuesta acorde con su opinión.

	Siempre	Casi Siempre	Algunas veces	Nunca
1. Siente usted confianza para expresar sus opiniones en el ambiente laboral.				
2. Recibe observaciones por parte de su jefe inmediato de forma respetuosa y positiva.				
3. Las relaciones entre compañeros son respetuosas y amables.				
4. Se puede comunicar confiada y tranquilamente.				
5. Recibe de manera correcta y oportuna la información y documentación proveniente de otras áreas.				

7. Indique marcando con una x según la escala, la frecuencia de información que recibe a través de esos canales y la efectividad de los mismos.

CANALES DE INFORMACIÓN	2. <u>Frecuencia de información que recibo por este canal</u>						<u>Efectividad del canal</u>					
	Muy Frecuente	Bastante Frecuente	Frecuente	Algo Frecuente	Poco Frecuente	NA	Muy alta	Alta	Media	Baja	Muy baja	NA
l. Cara a cara												
m. Telefónico												
n. Memorandos y cartas												
o. Manual de políticas y procedimientos												
p. Correos electrónicos internos												
q. Reuniones												
r. Comité Directivo												
s. Comité Técnico												
t. Cartelera												
u. Boletín interno												
v. Página web												
i. Emisora Escolar												

Anexo B. Capacitación de fortalecimiento de identidad corporativa.



¿POR QUÉ LA IDENTIDAD CORPORATIVA ES IMPORTANTE?

Veamos este vídeo donde expertos en manejo de identidad, marca e imagen nos dan su opinión desde un ámbito comercial.

Video: Identidad Corporativa



www.fundacionestructurar.org



**Identidad
Comunicación**

**Acción
Cultura**

Imagen



Comunica

Por medio de..

Públicos

www.fundacionestructurar.org

HABILIDADES COMUNICATIVAS

FUNDACIÓN ESTRUCTURAR 2015

TALLER DE HABILIDADES COMUNICATIVAS

Por medio de la aplicación de este taller se busca promover el desarrollo de las habilidades comunicativas en cada uno de los asistentes por medio de la práctica de actividades que enmarcan la lectoescritura, el escucha, la interpretación, acentuación y demás elementos que ayudan a fortalecer estas habilidades y capacidades en los asistentes.

Este apartado hace parte del plan de pasantía de la pasante en Comunicación Social – Periodismos de la Universidad Pontificia Bolivariana y cumple con uno de los objetivos propuestos en dicho plan.

A quien lo desarrollase, debe poseer habilidades comunicativas y argumentativas que le permitan aportar al fortalecimiento de quienes participen. No obstante se podrá apoyar en autores y ejemplos.

Cuáles son las habilidades comunicativas?

Son aquellos procesos que desarrollan el hombre e individuo y que le permite la comunicación, por medio de hablar, escuchar y escribir.

Las habilidades comunicativas van directamente relacionadas con la comunicación, siendo éste el elemento primordial en los ejes de interacción.

¿Cómo se desarrollan las habilidades comunicativas?

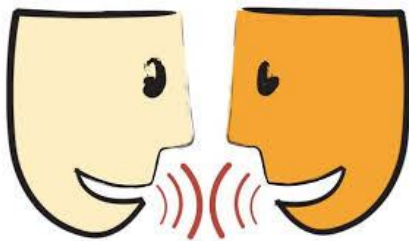
A través de los ejercicios, prácticas y buenas herramientas que permiten fortalecer esas capacidades que son intrínsecas en el ser humano. Todo ser humano nace con habilidades comunicativas, tan solo falta desarrollarlas de mejor forma.

En algunas personas, las habilidades comunicativas se dan de forma natural y espontánea, mientras que en otras se dificulta la expresión, oralidad y oratoria de mejor manera.

Por ende el fortalecimiento de éstas es un proceso de vital importancia en donde se propicien a su vez las competencias comunicativas que integren las capacidades cognitivas y metacognitivas para comprender y producir significados.

Como consecuencia, las habilidades son: hablar, escuchar y escribir.

A partir de allí también se fortalecen las capacidades argumentativas de los seres humanos.





Habilidades locutivas y de escucha



La voz es una de los principales canales de comunicación, por ende, el comunicarnos está relacionado con el informar y comunicar de manera auditiva. Es por ello que desde el nacimiento del ser humano, la voz se convirtió en un puente efectivo de interacción.

La voz entonces es el sonido generado por el aparato fonador humano.
Sus características son:

- **Timbre:** Es la identidad sonora del individuo, su personalidad.
- **Lanzamiento:** Llamamos así a la fuerza sonora que empleamos para llegar con la palabra-mensaje a las personas que nos oponemos.
Comúnmente: volumen.
- **Tono:** Calidad de sonido: lo agudo y lo grave. Todos poseemos una extensa gama de estos dos valores.
- **Ritmo:** Lo lento y lo rápido con que expresamos nuestros sentimientos.
- **Modulación:** Variantes naturales que producimos al articular las palabras mediante la fuerza de la voz, los tonos, ritmos, etc., como al entonar una melodía.
- **Pausas:** Silencios lógicos para resaltar el valor de la palabra que después expresaremos, e imprescindible para reponer el aire.

Ejemplos de tonos: <https://www.youtube.com/watch?v=SuMfWXrXhpl>

A continuación desarrolle la siguiente actividad con la participación de algún asistente o por el capacitador.

Actividad:

Pida la colaboración de alguno de los asistentes con el fin de que éste lea el siguiente texto haciendo uso de distintas entonación y tono de voz.

Por favor usar tono alto respetando los signos de puntuación y acentuación.

En un lugar de la Mancha, de cuyo nombre no quiero acordarme, no ha mucho tiempo que vivía un hidalgo de los de lanza en astillero, adarga antigua, rocín flaco y galgo corredor. Las blancas tapias de barro de la casa aún conservan los paseos de su sombra; sus adobes, mezcla de barro y memoria, de luna y soles, todavía reflejan la enjuta y espigada silueta, tal vez algo encorvada por el paso de los siglos y las nubes. Es el último resquicio de un recuerdo antes de hacerse eterno en la leyenda.

Su dueño, el dueño de esa sombra, que perdida, somnolienta, perezosa, aún respira los doseles milenarios de aquella vieja casa de viejos blasones, salió por cuarta vez de la olvidada aldea, sin perro ni caballo, sin lanza ni armadura, a encontrarse de nuevo con su destino trágico y descubrir para siempre si aquello era razón, o aquello era locura. Es la última piedra que queda en sus alforjas para romper la frente del sentido y descubrir si allí está la luz o está la nada. Con gesto lento y suave se secó las gotas de sudor que vadeaban su frente.

Por favor usar tono bajo respetando los signos de puntuación y acentuación.

En un lugar de la Mancha de cuyo nombre no quiero acordarme no ha mucho tiempo que vivía un hidalgo, de los de lanza en astillero, adarga antigua, rocín flaco y galgo corredor. Las blancas tapias de barro de la casa aún conservan los paseos de su sombra; sus adobes, mezcla de barro y memoria de luna y soles todavía reflejan la enjuta y espigada silueta. Tal vez algo encorvada por el paso de los siglos y las nubes. Es el último resquicio de un recuerdo antes de hacerse eterno en la leyenda.

Su dueño el dueño de esa sombra; que perdida somnolienta perezosa aún respira los doseles milenarios de aquella vieja casa de viejos blasones, salió por cuarta vez de la olvidada aldea, sin perro ni caballo, sin lanza ni armadura, a encontrarse de nuevo con su destino trágico y descubrir para siempre si aquello era razón, o aquello era locura. Es la última piedra que queda en sus alforjas para romper la

frente del sentido y descubrir si allí está la luz o ésta la nada. Con gesto lento y suave se secó las gotas de sudor que vadeaban su frente.

Una vez terminó la lectura, pregunte a los asistentes, qué cambios notaron en la acentuación, tono, timbre y entonación de la lectura. También pregunte cómo se escucha mejor.

Con esta actividad los asistentes podrán identificar la entonación, fuerza y volumen con qué se debe presentar y leer un texto.



Habilidades comprensivas y de escritura



Objetivo: Evaluar la velocidad y nivel de comprensión.

Instrucciones: Lee con acentuación lo más rápido posible la lectura y verifica el grado comprensión.

NUEVA TECNOLOGÍA TOSHIBA ANUNCIA LANZAMIENTO DETINTA

BORRABLE PARA IMPRESORASTOKIO –

La empresa japonesa Toshiba anunció el lanzamiento en diciembre de una nueva tinta borrrable y unas impresoras que eliminan el texto y las imágenes de las hojas de papel para permitir su utilización de nuevo. La nueva máquina borrador “e-Blue” utiliza un tratamiento calorífico para la eliminación de imágenes y textos impresos con un tóner de tinta borrrable en entre 400 y 500 páginas al mismo tiempo. El proceso lleva tres horas, y permitirá a las compañías reutilizar el papel y reducir los gastos de oficina. “Más allá de las nuevas herramientas, como el ‘e-mail’, y el desarrollo de todo tipo de tecnologías inalámbricas, a la gente le gusta tener las cosas en papel,”dijo el portavoz de Toshiba JunichiNagaki. “No creemos que la demanda de papel vaya a desaparecer por completo.”Toshiba lanzará el tóner y la máquina borrador, que los minoristas venderán en cerca de300.000 yens (2.744 dólares), el 8 de diciembre en Japón. La venta apunta a empresas ya organizaciones del sector público que utilizan impresoras láser. Para los nostálgicos, la compañía también ofrecerá marcadores y bolígrafos borrrables. El papel representa un40% del derroche de oficina en Japón, dijo Toshiba. Cerca de un 60% del mismo se recicla.

Fuente: Reuters Número de palabras 224RECUERDA QUE...Se escribe B □ Después de M: combinar, □ Antes de consonantes: objeto

Comprensión de lectura

Contesta Falso (F) o Verdadero (V) según el caso.

1. Toshiba anunció el lanzamiento de una nueva tinta borrable ()
2. La nueva máquina borrador utiliza un tratamiento calorífico para la eliminación de imágenes y textos entre 600 y 700 páginas ()
3. El tóner y la máquina borrador costará aproximadamente 500.000 yenes ()
4. La venta estará dirigida a estudiantes y personas particulares ()
5. El papel representa un 60% de derroche de papel en la oficina de Japón ()

Ejercicio de atención:

Objetivo: Mejorar el nivel de concentración, desarrollar la percepción y comprobar amplitud del vocabulario

CO SA RALI TOMO PA DA CER

Instrucciones: Dispones de tres (3) minutos para formar con las sílabas anteriores 20 palabras de dos sílabas 10 palabras de tres o más sílabas.

Por favor en grupo de 5 personas organice el siguiente poema, de acuerdo a lo enseñado en este capítulo:

El caballito de cartón

Era un caballito que soñaba cartón un niño de

Abrió no vio y el caballito los ojos el niño.

Con un blanco a soñar el niño caballito volvió;

Y cogía... escaparás! lo crin ¡ahora la no te por

Apenas despertó niño hubo él lo cogido se

Tenía caballito el cerrado voló! Puño ¡ el

¿En qué nivel está tu ortografía?

Completa las palabras utilizando las letras S, X, C, ubicándolos en las palabras que consideres.

- Adqui__i__ión
- Tran__itar
- A__fi__ia
- A__o__ia__ione__
- E__ca__e__
- Lu__e__illa
- Ne__e__itar
- E__tranjería
- Apre__ia__ión
- Bi__ie__to
- __i__ura
- A__fi__ia
- Vigé__imo
- Eferve__ __ente
- E__ __el__o
- Cohe__ión
- Costarri__en__e

Leer a los asistentes:

Objetivo: Fortalecer los sentidos de escucha y acción. A través de movimientos motrices se desarrollan las habilidades locutivas.

Para esta actividad, deberán hacer un círculo y extender las manos hacia los lados. Se debe contar con suficiente espacio para realizar esta actividad.

Una vez estén organizados en el círculo, el capacitador leerá el texto de forma rápida y sin pausa. Esto con el fin de que los asistentes que se encuentran en el círculo al escuchar las palabras: derecho o izquierdo, frunzan una palmada en la mano de su compañero de al lado y en ese sentido.

Si desea el capacitador podrá repetir la locución.

Juan Derecho es hermano de Joaquín Francisco Derecho, primo de Manuel Izquierdo. En su familia todos son derechos, desde tomar la cuchara hasta escribir una solo sílaba. Cuando Juan Derecho era pequeño, junto con su hermano Joaquín Derecho realizaban concursos de lanzamiento de garrocha. Joaquín siempre le ganaba a su hermano, porque el tiraba más derecho que su hermano que por ser derecho terminaba lanzando del lado equivocado; el izquierdo.

Los hermanos trabajaban en la misma empresa: Constructora Izquierdos S.A. Para llegar todas las mañanas a sus empleos, los hermanos Derechos debían atravesar en forma perpendicular la ciudad de izquierda a derecha. Pasando por el barrio La Esperanza donde al lado izquierdo observaban un CAI de la Policía y al lado derecho ingresaban a su trabajo.

COMPETENCIAS ARGUMENTATIVAS

**FUNDACIÓN ESTRUCTURAR 2015
TALLER DE COMPETENCIAS ARGUMENTATIVAS**

¿Competencias argumentativas?

Son aquellas que permiten mediante un razonamiento lógico del ser humano, persuadir y convencer sobre ideas y percepciones variadas a alguien.

Por medio de estas se logra cambiar de opiniones, argumentos que son alcanzados a través de la lectura, interpretación, deducción y análisis.

Actividad

En grupos de 5 personas o más si así lo considera el capacitador, éste debe asignar un tema (los cuales se encuentran abajo) con el fin de que en cada grupo se cree una empresa, organización y asociación que trabaje por el foco misional de cada tema.

Es decir, la Fundación Diente de León, trabaja por la protección de esta planta cuyo estado es extinción. La empresa se llama FUNDILEÓN.

Una vez los grupos estén conformados deberán asignar un nombre creativo, una misión, una imagen y unos valores corporativos a la organización que crearon teniendo en cuenta la intención, la forma de comunicarlo y cómo crearían conciencia de ello.

RECUERDE que para comunicar algo se debe conocer:

- a. Intención.
- b. Forma de comunicarlo.
- c. Conciencia

Temas:

Tema: Extinción del diente de león.

Tema: Sindicato de congresistas.

Tema: Defensa por cambiar el color del pelo a los perros.

Tema: Defensa de los insectos.

Tema: Organización en la prevención de los zurdos.

Una vez se cumpla el tiempo estipulado por el capacitador, se darán a conocer los resultados.

(El capacitador debe tener habilidades comunicativas, argumentativas y conocer sobre comunicación y sus canales)

Actividad

Objetivo: Identificar las falencias y fortalezas de las personas.

El capacitador decide de qué forma desarrollar esta actividad.

Por favor responda el siguiente test:

	Es verdad	No es verdad
Hay veces en que lamento haber dicho algo que no debería...		
Suelo tener pensamientos del tipo "Debería haberle dicho que...", "Le tendría que haber contestado que..."		
Tengo capacidad para intervenir en cualquier conversación y soy capaz de decirlo que quería decir en cualquier situación...		
Cuando quiero conseguir algo, sé elegir las palabras adecuadas para lograrlo, sin importar el interlocutor/a....		
Construyo las intervenciones de mis conversaciones sin utilizar gritos, manteniendo un tono adecuado y sin estridencias....		
Soy capaz, si quiero, de mantener una conversación con desconocidos sin recurrir a tacos ni expresiones groseras....		
Sé cuándo mi gestualidad corrobora/desmiente lo que dicen mis palabras.....		
Sé utilizar mis gestos y mi postura corporal para transmitir significados añadidos a lo que digo....		
Puedo improvisar una intervención en público bienconstruida....		
Sé utilizar estrategias argumentativas para conseguir unobjetivo (incluso sabiendo que no tengo razón)		

Respuestas:

Poema Antonio Machado

Era un niño que soñaba un caballo de cartón.

Abrió los ojos el niño

y el caballito no vio.

Con un caballito blanco

el niño volvió a soñar;

y por la crin lo cogía...

¡Ahora no te escaparás!

Apenas lo hubo cogido,

el niño se despertó.

Tenía el puño cerrado.

¡El caballito voló!

Fragmento del poema de Antonio Machado

Cuaderno de actividades. Español. 3er grado, SEP, p. 158.

Tabla de resultados del test:

<p>Entre 7 y 10 puntos:</p>	<p>¡Enhorabuena! Tu habilidad dialéctica y persuasiva es realmente satisfactoria: quien te escucha se ve obligado a darte la razón. Conseguirás muchas veces tus objetivos con una simple frase; tus interlocutores están acostumbrados a sentirse respetados y escuchados, y reconocen en ti a un buen conversador.</p>
<p>Entre 5 y 7 puntos:</p>	<p>Tu habilidad dialéctica es mejorable, y obtendrás un gran provecho si intentaras afinar tus capacidades de escucha y atención a los demás. Una buena estrategia consistiría en que trates de adoptar un ritmo más pausado en tus intervenciones, siendo consciente de los movimientos dialógicos que realizas, hasta que poco a poco consigas una visión global de las conversaciones en que participas.</p>
<p>Menos de 5 puntos:</p>	<p>Pierdes oportunidades y hasta relaciones por culpa de tu ineficacia expresiva; debes practicar tanto tus habilidades de escucha como las destrezas enunciativas. Intenta evitar las muletillas y estereotipos en tus respuestas, y presta atención a la adecuación entre lo que dices y lo que transmite tu expresión facial o tus movimientos.</p>

Anexo D. Piezas Gráficas de Comunicación.



La Educación, medio para cultivar la Paz

“Para promover una cultura de paz, necesitamos ser personas compasivas y respetuosas, celebrar la diversidad, la espiritualidad, la naturaleza y la vida debemos regresar a nuestros corazones y mostrar compasión y amor” Pastoral Social.



www.fundacionestructurar.org



Estas son algunas de nuestras noticias más importantes en Fundación Estructurar

Más información en: www.fundacionestructurar.org

¡Ven y recordemos juntos divertidas experiencias!!



Esta es nuestra cápsula informativa de Octubre ¿ya la viste? ¡Visita nuestras redes sociales y cóncela!

INVITACIÓN

XIII CEREMONIA DE PROCLAMACIÓN Y GRADUACIÓN DE BACHILLERES TÉCNICOS EN DISEÑO Y ARTES GRÁFICAS

Graduandos 2014

PROMOCIÓN 2014

Se acerca la celebración por la XIII Promoción de Bachilleres Fundación Estructurar. Ven y celebra con nosotros

Más noticias en Fundación Estructurar...

Nuestro grupo musical participó del Festival de Notas Brillantes, organizado por Comenalco Santander en el marco del programa de Jornada Escolar Complementaria.



Vea en imágenes cómo disfrutaron nuestros niños y niñas de nuestra institución educativa el Día de los Niños.





Fundación Estructurar
27 años estructurando
proyectos de vida

En esta **NAVIDAD**
APADRINA A UN NIÑO

Haz que estas fiestas sean llenas de **ALEGRÍA** y **AMOR** para **NUESTROS NIÑOS**

Virus Chikungunya



Campaña para la Prevención del Chikungunya
Comunicaciones 2014



¿Qué es?

Es una enfermedad vírica transmitida por el piquete mosquito *Aedes Aegypti* que se reproduce en agua limpia y acumulada

Sus síntomas son:

Fiebre, Dolores Musculares, Dolor de Cabeza
Náuseas, Cansancio, Erupciones Cutáneas

¿Qué hacer si piensa que tiene el virus?

- ✓ Acuda al Centro Médico más cercano para que sea atendido por un médico
- ✓ Guarde reposo y siga las indicaciones de cuidado y prevención



¿Cómo prevenirlo?

Lave

Barriles y recipientes de comidas de los animales cada 5 días



Tape

Todos los recipientes donde conserve agua y lávelos cada 5 días



Cambie

El agua de macetas y floreros diariamente



Mantenga

Su hogar, lugar de trabajo y calles aledañas limpias y no acumule basura ni desechos





¡NO AL TRABAJO INFANTIL!
#Noapoyoeltrabajoinfantil

12 de Junio
Día Internacional en Contra del Trabajo Infantil

fundación
estructurar

Anexo E. Boletín Informativo “Estructurar al día”

FUNDACIÓN ESTRUCTURAR
BOLETÍN 068 / AGOSTO 2014



Estructurar al día



Visita a Centros de Desarrollo Infantil

Fundación Estructurar operará tres nuevos Centros de Desarrollo Infantil (CDI) ubicados en Santander y Norte de Santander.

El Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF) y la Organización Internacional para las Migraciones (OIM), visitaron junto a la Fundación Estructurar las instalaciones de los futuros Centros de Desarrollo Infantil (CDI), en los municipios de Páramo y Mogotes, en Santander y Cúcuta, en Norte de Santander, con el fin de verificar el estado actual de la infraestructura y la dotación.

La visita se enmarca dentro del programa De Cero a Siempre del Gobierno Nacional para garantizar los derechos de los niños.

Destacado



Padres más educados con el proyecto Mi Familia.

Fundación Telefónica puso en marcha el pasado 1 de julio el proyecto Mi Familia, dentro de su programa Proniño.

El proyecto consiste en el envío masivo de mensajes de texto a los padres y madres corresponsables de los niños, niñas y adolescentes beneficiarios del programa. El objetivo es fortalecer la función protectora de la familia y garantizar la protección de los derechos de la niñez, mediante una educación móvil para los adultos.

[Leer más](#)

Crecimiento Regional

[Leer más](#)

Bucaragamanga Barranquilla y Bogotá

Las ciudades con menor desempleo en Colombia según el ILO.



Bucaragamanga, segunda ciudad con menor desempleo en Colombia

El pasado mes de junio, el DANE dio a conocer la cifra de desempleo para el mes de mayo de 2014, la cual fue de 8,8%, reduciéndose en 0,5 puntos en relación al año pasado, presentando la tasa más baja para este periodo en los últimos 14 años.

Las ciudades con menor desempleo fueron Barranquilla (7,4%), Bucaragamanga (8,1%) y Bogotá (8,4%).

[Leer más](#)

Anexo F. Redes Sociales.

Página | Actividad 4 | Estadísticas | Configuración Crear público | Ayuda ▼



Fundación Estructurar
Organización sin fines de lucro

Te gusta ▼ | Siguiendo | Mensaje | ⋮

Biografía | Información | Fotos | Me gusta | Más ▼

PERSONAS >

876 Me gusta

A Inarid Ibeth Solano Valencia | Luis Fernando Rueda

ESTA SEMANA

- 65** Me gusta de la página
- 861** Alcance de la publicación
- NO LEÍDOS**
- 1** Notificación
- 3** Mensajes

Reciente

- 2014
- 2013
- 2012
- Nacimiento

Estado | Foto/video | Oferta, evento +

¿Qué estuviste haciendo?

Fundación Estructurar
20 de noviembre

Hoy se celebra los 25 años de la Convención de los Derechos de los Niños en el mundo.
Celebra junto a nosotros la dicha de trabajar día a día por la niñez de nuestro país.



Fundación Estructurar
19 de noviembre · Editado [?]

Estás a un clic de ponerte color a su sonrisa 😊

Aquí: <http://www.fundacionestructurar.org/apoyanos/plan-padrino.html>



49 personas alcanzadas Promocionar publicación

Me gusta · Comentar · Compartir ⋮



TWEETS 966 SIGUIENDO 278 SEGUIDORES 241 FAVORITOS 5 LISTAS 1

FundaciónEstructurar

@Estructurar

Somos una organización que lidera procesos orientados a mejorar la calidad de vida de las familias en comunidades en alto riesgo social de #Colombia

Bucaramanga

fundacionestructurar.org

Tweets Tweets y respuestas Fotos y videos

FundaciónEstructurar @Estructurar - 3 h

Con sus compras en Parque Caracoli en #Bucaramanga, podrá aportar a niños enfermos de #cáncer. ow.ly/ERsKJ. #Infancia #Niñez

FundaciónEstructurar @Estructurar

Sergio Fajardo: Una niña que no se educa es un fracaso de la dignidad del espíritu humano fb.me/7a2N6PVQf

YouTube



FundaciónEstructurar @Estructurar - 28 de oct. Estos son algunos de nuestros becados por AFS, hoy se reencontraron.

Fundación Estructural Estas Navidades quiero apadrinar un sueño, ¿y tú? Entra en: <http://lnkd.in/dVcw9kq> :-)



General

Segmentado para: Todos los seguidores

18

impresiones

0

clics

0

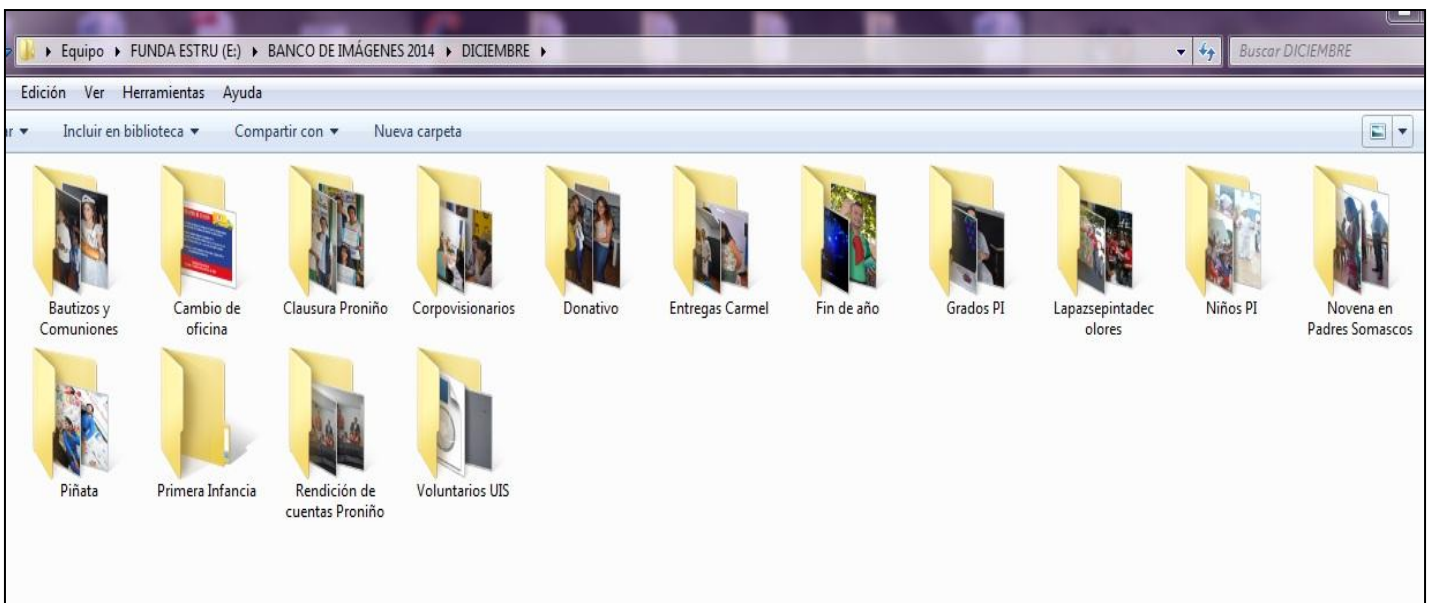
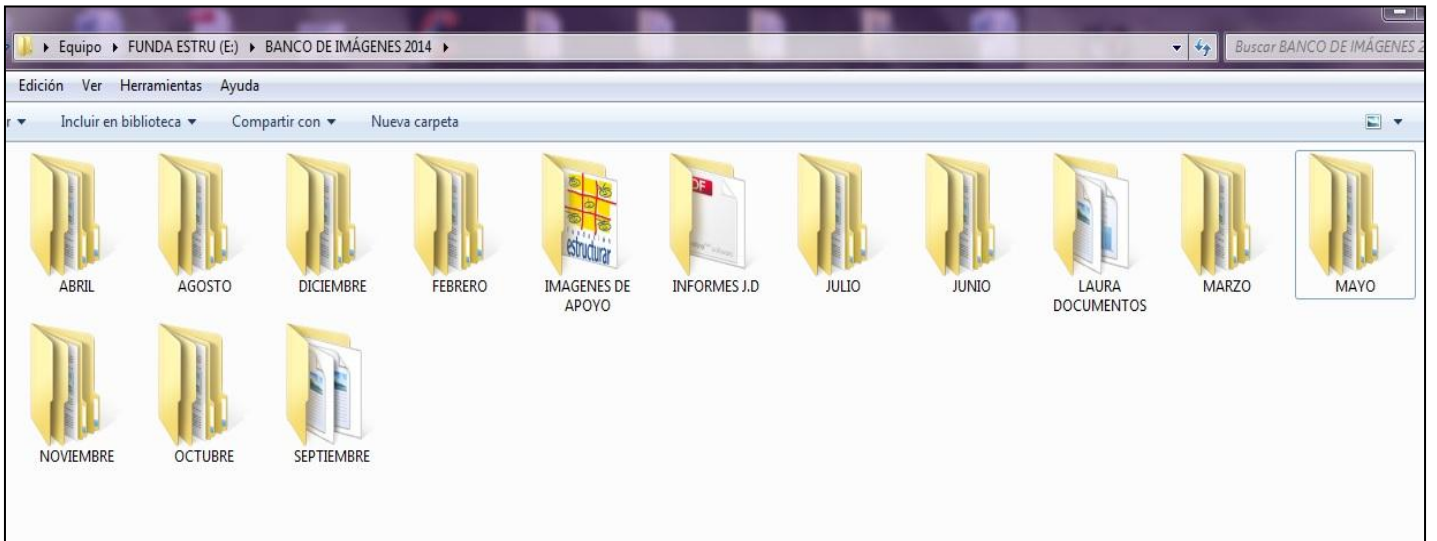
interacciones

0,00%

participación

A screenshot of a LinkedIn post from Fundación Estructural. The post includes a search bar at the top, navigation tabs (Inicio, Perfil, Red, Empleos, Intereses), and a text input field. The main content is a post from Fundación Estructural with the text: "Estas Navidades, recuerde: el mejor regalo solidario que puede realizar es apostar por la educación de los niños en su región. Entre en <http://lnkd.in/dVcw9kq> y contribuya a que un niño de su región pueda tener la educación que merece :-)". Below the text is a photo of a group of children in school uniforms. At the bottom of the photo is a red banner with the text "La inversión más rentable para Colombia está en sus niños" and "¡DONA YA!". The post has interaction options: "Recomendar", "Comentar", "Compartir", and "Hace 8 h".

Anexo G. Banco de Imágenes.



Anexo H. Boletín Informativo Interno.

Link: <http://periodista15.wix.com/boletinterno>



En estructurar, cómo vamos

En Fundación Estructurar nos unimos a la campaña nacional Soy Capaz, que busca la vinculación de la sociedad civil, empresariado y organizaciones públicas, con el fin de expresar su deseo de reconciliación en el país. Aquí algunas de las imágenes.



Le interesa saber..

Próximo evento:

Llega el 9º Encuentro Iberoamericano de Educación –EIDE- a Bucaramanga. Este foro de discusión internacional e intercultural es el espacio académico que busca explicar los puntos comunes y divergentes relativos a las realidades educativas de los países y contextos de toda Iberoamérica, con el objetivo de generar ideas y nuevos conocimientos para el sector educativo.



El evento se llevará a cabo en la Universidad Autónoma de Bucaramanga -UNAB-, del 5 al 8 de noviembre. Si desea inscribirse, dar click sobre la imagen.

Más sobre el EIDE:

EIDE inicia en el 2006, en la Universidad Alcalá -UAH- en España y la Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" -UNESP- de Brasil. Hasta el momento han participado países como Argentina, Chile, Colombia, México, Paraguay, Perú y Portugal, Brasil y España.

NotiEstructurar

La Brigada Jurídica realizada en nuestro Centro Educativo por parte del Consultorio Jurídico de la Universidad Industrial de Santander fue noticia y TELEUIS lo registró.

De igual forma, la Primera Socialización en Asuntos Humanitarios, organizado por el Nodo Bucaramanga, de la cual hace parte Fundación Estructurar, también fue registrada por los medios de comunicación de la ciudad.

[Ver Noticias](#)

¡click!



Dr. Fernando Vásquez, miembro del Comité de Egresados.

Los contamos que estamos en la producción de nuestra segunda cápsula informativa, gracias al apoyo de la Cámara de Comercio de Bucaramanga. En esta ocasión, los protagonistas son los 8 egresados que recibieron becas de estudio por parte de Bancolombia.

Si aún no conoces nuestra primera cápsula informativa, aquí la puedes conocer.

[Ver Video](#)

¿Sabías que estamos de trasteo?

Sí. Nos "trasteamos" desde nuestro perfil en Facebook a nuestra página oficial en Facebook.

¿Usted ya se "trasteó" con nosotros?

Al dar click en la imagen, te puedes convertir en uno de nuestros seguidores.



Anexo I. Paneo a Medios.



Lanzamiento del proyecto Creciendo con Mi Negocio en Santander. Alianza entre la Fundación Bancolombia y la Fundación Estructurar

Movilización “La Paz se Pinta de Colores” liderada por la Fundación Estructurar el 10 de diciembre

[Inicio](#) [Santander](#) [Deportes](#) [Judicial](#) [Actualidad](#) [Economía](#) [Opinión](#) [Vida y Estilo](#) [Entreteni](#)

[Inicio](#) » [Santander](#) » [Comunera](#) Patrocinado por:

Jueves 11 de Diciembre de 2014 - 12:01 AM

Con marcha se celebró día de los derechos en Socorro



La marcha recorrió las carreras 12 y 13, en su mayoría madres y niños entre los dos y ocho años, hicieron sentar su voz de apoyo a la paz y los Derechos Humanos. (Foto: Óscar Carrascal Torrado/VANGUARDIA LIBERAL)

[Tweet](#) 0 [g+1](#) 0 [Blogger](#) [Me gusta](#) [Compartir](#) 0 [ShareThis](#)

Con un corto recorrido, cerca de 300 madres se hicieron presentes en la marcha que recorrió las calles del Socorro y que continuó su jornada en la tarde con diferentes actividades.

Con motivo de la celebración del día mundial de los Derechos Humanos, se llevó a cabo jornada de paz en el municipio.

La Fundación Estructurar fue la promotor de esta marcha que inició en el sector de San Victorino y se concentró en el parque de la Independencia, donde se continuó con la actividad acompañada

Anexo J. Notas Destacadas.



INICIO MI FUNDACIÓN ACTUALIDAD PROGRAMAS SERVICIOS COMPLEMENTARIOS APOYANOS CORREOS



Muy Importante !!

- Inicio
- Informe de Gestión
- Regístrate
- Contáctenos

Boletín 070

Leer más...



El Arzobispo de Bucaramanga, visitó la Fundación Estructurar

El representante de la Iglesia Católica en Bucaramanga realizó el pasado viernes una visita al Centro Educativo de la Fundación Estructurar, como parte de un recorrido misionario en el Norte de la ciudad.

Al llegar a nuestra institución educativa, Monseñor Ismael Rueda Sierra fue recibido por la banda marcial del colegio Fundación Estructurar, así como de una multitud de feligreses que lo esperaban dentro y fuera del centro educativo.

Dentro del recinto, el Arzobispo de Bucaramanga compartió un mensaje de reconciliación y paz con los estudiantes, docentes, coordinadores y directivos de la Fundación. A su despedida oró y bendijo con agua bendita nuestra labor.

Conozca la visita en imágenes de Monseñor Ismael Rueda a la Fundación Estructurar:



Durante su recorrido por los barrios del Norte de Bucaramanga fue acompañado por los niños de este sector de la ciudad.





Los feligreses aprovecharon para saludarlo y pedir la bendición. Ya dentro de nuestra institución, compartió su mensaje y oró por nuestra labor.







- [INICIO](#)
- [MI FUNDACIÓN](#)
- [ACTUALIDAD](#)
- [PROGRAMAS](#)
- [SERVICIOS COMPLEMENTARIOS](#)
- [APOYANOS](#)



Muy Importante !!

- [Inicio](#)
- [Franquicia](#)
- [Informe de Gestión](#)
- [Contactenos](#)

Boletín 070

[Leer más...](#)



Presidente de Fundación Estructurar participó como panelista de ética empresarial en Expogestión Oriente 2014



El Presidente de la Fundación Estructurar y de la Confederación Colombiana de ONG Jorge Cortissoz Cabrera, fue panelista de Ética Empresarial en Expogestión 2014.

Expogestión Oriente 2014, se realizó el pasado 25 y 26 en el Centro de Eventos y Exposiciones de Bucaramanga, CENFER.

El evento reunió a los principales actores de los sectores empresarial, gremial, público, académico y de la sociedad civil interesados en impulsar y promover la innovación y el liderazgo colectivo a través de los principios y valores en nuestra sociedad.

El Presidente de la Fundación Estructurar estuvo acompañado de Adolfo Botero, Presidente de Comertex y Fred Kofman, empresario internacional e invitado especial al foro.





La principal idea de Expogestión fue generar una agenda para la acción entorno a las principales prioridades para el desarrollo empresarial, económico y social de la región.


El foro empresarial en su segunda versión en nuestra región, contó con la especial participación de Malcolm Gladwell y Fred Kofman, expertos mundiales en el campo de la innovación y la ética empresarial. Su participación es fundamental en la construcción de una propuesta de generación de una visión regional incluyente y responsable.

[Twitter](#)
[Me gusta](#)
[Compartir](#)
0
[G+](#)

Anexo K. Agenda Informativa.

Atrás Archivar Spam Eliminar Mover a Recibidos Etiquetas ▾ Más ▾ 4

AGENDA INFORMATIVA  Recibidos x   

 **Periodista Fundación Estructurar** <periodista@...> 12/12/14 ☆ ← Responder ▾

para Pronino, Hernan, olga, Mario, Miguel, Protección, Primera, ▾

Buen día Coordinadores,
Con el fin de dar cubrimiento a las actividades de los programas de la Fundación, les solicito información pertinente a las reuniones, eventos y demás que tengan planeado desarrollar para la semana del 15 al 19 de diciembre.

Lo pueden hacer a través de:

Nombre de la actividad:
Fecha:
Hora:
Lugar:
Persona a cargo:

Quedo atenta,
Gracias

Anexo L. Gestión en medios de comunicación.



Promoción Calendario "Patrimonio Cultural" en TVC.



Promoción Exposición "Patrimonio Cultural" del Semillero de Artistas FE en la U. 107.7



En "el café de la mañana" canal TRO



En el programa "La Cariñosa" de RCN Radio.

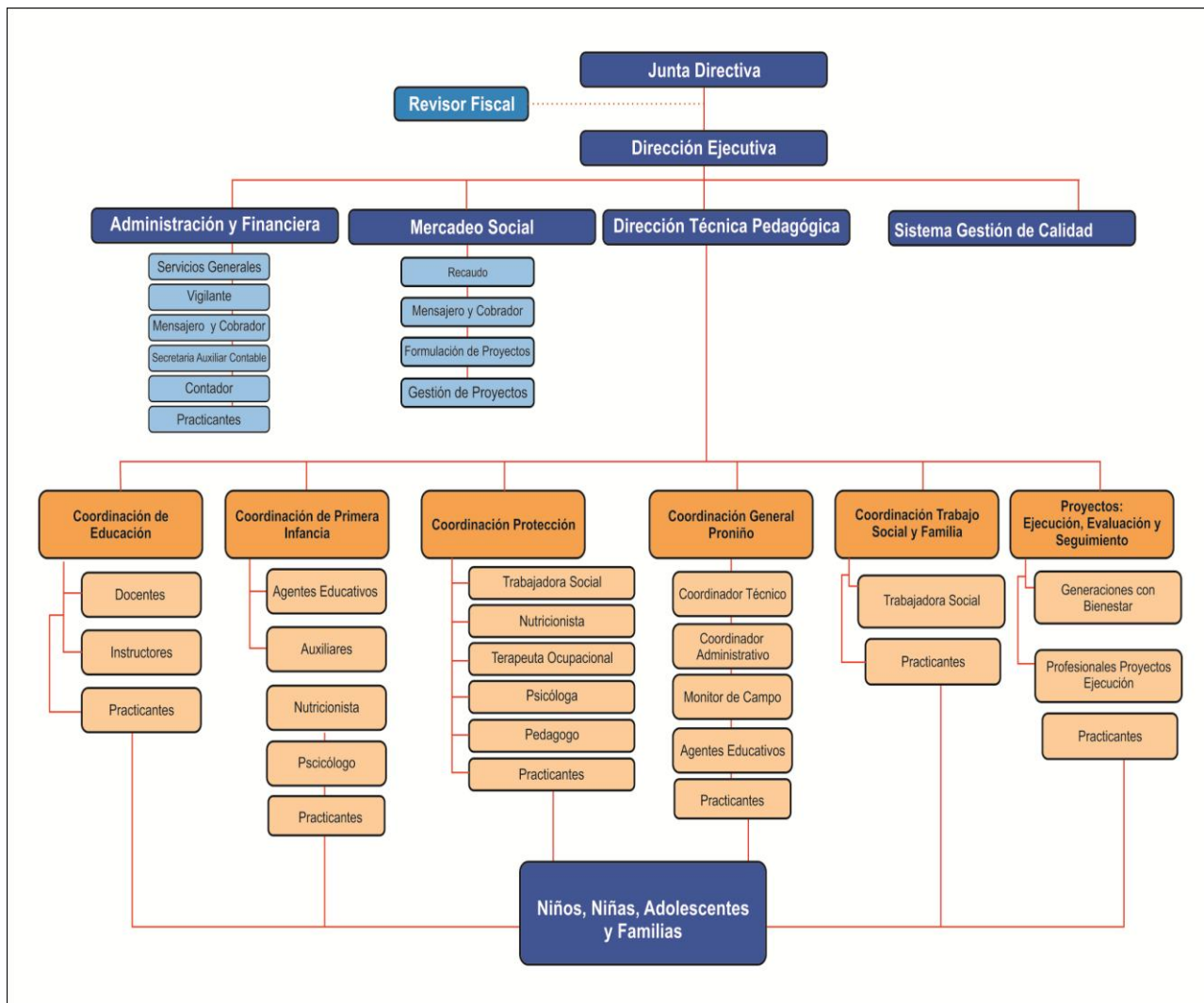
Anexo M. Mapa de públicos.

CATEGORÍA DE GRUPO	CATEGORÍA DE SUBGRUPO	CATEGORÍA DE GRUPO	CATEGORÍA DE SUBGRUPO
EMPLEADOS	Junta Directiva Directivos Administrativos Coordinadores Agentes Educativos Docentes Servicios Generales Profesionales	COMPETIDORES	<i>Fundaciones:</i> Semillas de Ilusión, Romelio, Participar, Colombia Niños, Fundesan, Colombianitos, etc. Confederación Colombiana de ONG´s
		GOBIERNO Y ENTIDADES REGULADORAS	Secretaría de Educación Dptal y Mpal. ISABU IMEBU OIT Gobernación de Santander y Norte de Santander. Alcaldías Municipales: Bucaramanga, Floridablanca, Piedecuesta. Girón, Socorro, El Playón, El Palmar, Palmas del Socorro, San Gil, Molagavita, San Miguel, etc.
INVERSORES	Inversores institucionales Movimientos de Inversión Social Agencias Sociales	SOCIOS	Cámara de Comercio de Bucaramanga Club Rotario Bucaramanga Constructora Comavsa
PROVEEDORES	Proveedores de Materiales y útiles escolares Voluntarios Telefónica Fabricantes subcontratados Centros Médicos	ONGs	Programa Mundial de Alimentos. Visión Mundial. Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, USAID. Fundación Tamarín. Fundación Bancolombia. Fundación Éxito. Fundación Génesis. Conexión Colombia

		COMUNIDAD ACADÉMICA	<p><i>Universidades:</i> Universidad Industrial de Santander, Universidad de Santander, Universidad Pontificia Bolivariana, Unidades Tecnológicas de Santander, Universidad Santo Tomás de Aquino, Universidad Autónoma de Bucaramanga. SENA Colciencias Ministerio de Educación Nacional. Universidad de Mondragón.</p>
		MEDIOS DE COMUNICACIÓN	<p><i>Redes Sociales:</i> Facebook, Twitter, Google +, LinkedIN y Youtube.</p> <p>Revistas Reconciliación Colombia, Boletín del Instituto de Estudios Humanitarios, IEH. Semana, etc.</p> <p>Confederaciones, Federaciones: Empresarios por la Educación ExE, Red para la Infancia, ,Fesanong, Fundesang, etc. Periódicos: Vanguardia Liberal, El Frente, Gente, Q'hubo, Cátedra UIS, etc. Portales web: Página de Conexión Colombia, Cámara de Comercio de Bucaramanga, etc.</p>
USUARIOS	<p>Beneficiarios de programas: Niños, niñas y adolescentes, jóvenes y sus familias.</p> <p>Usuarios potenciales: Alcaldía de Piedecuesta, Bucaramanga. Secretaría de Educación de Bucaramanga y Santander, Piedecuesta, Floridablanca y Girón, Secretaria de Salud.</p>	COMUNIDAD LOCAL	<p>Barrio La Esperanza II. Norte de Bucaramanga, Girón Piedecuesta Floridablanca Santander. Norte de Santander.</p>

	<p>Comité de Erradicación de Trabajo Infantil, CETI. Colegio New Cambridge. Fundación Telefónica. Organización Internacional para las Migraciones, OIM. Instituto de Estudios Humanitarios, IEH. Empresarios por la Educación, capítulo Santander. American Field Service, AFS. Friends Of Colombia For Social Aid, Focsa. Fundación Panamericana para el Desarrollo, FUPAD. Organización Internacional para las Migraciones, OIM. Almacenes Éxito. Corona. Grupo Bancolombia.</p>		
APORTANTES	<p>Personas y empresas que aportan para el sostenimiento de nuestros programas y beneficiarios.</p>		<p>Padrinos Donantes</p>

Anexo. N. Organigrama de la Fundación Estructurar.



Anexo O. Comunicado de Prensa.



**COMUNICADO DE PRENSA
FUNDACIÓN ESTRUCTURAR**

Julio 8 de 2014



La Fundación Estructurar y la Fundación Bancolombia tienen el gusto de invitar a los distintos medios de comunicación, comunicadores sociales, periodistas y empresarios de Bucaramanga y su área metropolitana, al lanzamiento oficial del proyecto *Creciendo con Mi Negocio*.

La alianza estratégica que tiene como fin beneficiar a 60 artesanos y microempresarios de la región, que desarrollen productos de calidad en las áreas de confecciones, calzado y marroquinería, alimentos y artesanías.

El acto de lanzamiento será este miércoles 9 de Julio de 2014 en el auditorio Alfonso Marín Morales (6º piso) del Edificio La Triada desde las 8:00 a.m.

A continuación compartimos con ustedes el orden del día;

7:30 am: Registro y Bienvenida de empresarios e invitados especiales.

8:00 am: Inicio del lanzamiento del programa *Creciendo con mi Negocio*.

8:10 am: Palabras de apertura Dr. Jorge Cortissoz, Presidente de la Junta Directiva de la Fundación Estructurar.

8:20 am: Palabras del Dr. Augusto Restrepo Gómez, Vicepresidente de Gestión de lo Humano de Bancolombia.

8:30 am: Presentación del Proyecto *Creciendo con mi negocio* de la Fundación Bancolombia, a cargo de Catalina Echavarría de Bancolombia.

8:40 am: Presentación del Proyecto *Creciendo con mi negocio* en Santander a cargo de Olga Lucía Mora, coordinadora de Fundación Estructurar.

8: 50 am: Palabras de la Empresaria Alix Joya, artesana de Curití.

9:00 am: Firma del Acta de Compromiso por parte de los empresarios.

9:10 am: Muestra Empresarial.

9:30 am: Cierre del evento.

Cordialmente,

Laura Vanessa Ariza

Comunicadora Social – Periodista

Tel: 6421332 Móvil: 3006806673

Anexo P. Píldoras informativas.



Link: http://www.youtube.com/watch?v=Zza_j0WOw5o

Píldora: Becados con educación superior.

