

ACCIONES DE COMUNICACIÓN PARA EL POSICIONAMIENTO ENTRE SUS
PÚBLICOS INTERNOS Y EXTERNOS DE LA ONG CABILDO VERDE

GINETH DAYANA LÓPEZ ORDÓÑEZ

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
BUCARAMANGA
2013

ACCIONES DE COMUNICACIÓN PARA EL POSICIONAMIENTO ENTRE SUS
PÚBLICOS INTERNOS Y EXTERNOS DE LA ONG CABILDO VERDE

GINETH DAYANA LÓPEZ ORDÓÑEZ

Proyecto de grado en la modalidad de pasantía presentado como requisito para
optar al título de Comunicadora Social - Periodista

Supervisor
Mg. Olga Beatriz Rueda Barrios

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
BUCARAMANGA
2013

Nota de aceptación

Presidente del jurado

Jurado

Jurado

Bucaramanga, Octubre de 2013

*A Dios por su inmenso amor y a mis padres por su magnífica
representación en la tierra.*

AGRADECIMIENTOS

Las palabras nunca serán suficientes para agradecerles enteramente a Dios y a mis padres por todo lo que dieron de sí mismos para formar el ser que soy. Por lo tanto, en este documento seré breve fijando mis reconocimientos a cada uno de los pilares que contribuyeron en mi formación para obtener mi título como Comunicadora Social-Periodista.

Al Todopoderoso reconozco su máxima expresión de bondad para conmigo, por regalarme vida, salud, entendimiento y permitirme dar cada paso de la vida con firmeza.

A mis padres dedico absolutamente todos mis triunfos. La educación que me brindaron, su apoyo incondicional y los tiempos de lucha que juntos vivimos, fueron aspectos claves que me enseñaron que cada esfuerzo en la vida tiene su recompensa.

A James Murillo, mi jefe en la organización Cabido Verde, agradezco la oportunidad de enseñanza que me brindó al permitirme hacer parte de esta hermosa organización.

Y en últimas, pero no menos importante, retribuyo a la Universidad Pontificia Bolivariana y a mis maestros toda mi formación profesional, expresándoles mis más sinceros afectos por ser fuente de aprendizaje en este proceso.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	
1. JUSTIFICACIÓN	13
2. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	15
2.1 RESEÑA HISTÓRICA	15
2.2 CABILDO VERDE DE SABANA DE TORRES EN LA ACTUALIDAD	16
2.3 MISIÓN	17
2.4 VISIÓN	17
2.5 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	17
2.6 LOCALIZACIÓN EN MAPA	20
3. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	21
3.1 OBJETIVOS	21
3.1.1 General	21
3.1.2 Específicos	21
4. REFERENTE CONCEPTUAL	22
5. INFORME CENTRAL	28
6. CONCLUSIONES	47
7. RECOMENDACIONES	49
8. BIBLIOGRAFÍA	50
9. ANEXOS	52

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Organigrama Cabildo Verde de Sabana de Torres	17
Tabla 2. Equipo técnico Cabildo Verde	19
Tabla 3. Junta Directiva Cabildo Verde	20
Tabla 4. Esquema de comunicación organizacional	28
Tabla 5. Correos electrónicos institucionales	29
Tabla 6. Presupuesto Campaña de electrónicos	40
Tabla 7. Planilla de asistencia. Foro de Educación Ambiental	44
Tabla 8. Presupuesto general de comunicaciones	45

LISTA DE IMÁGENES

	Pág.
Imagen 1. Mapa de Sabana de Torres	20
Imagen 2. Uniformes Cabildo Verde de Sabana de Torres	30
Imagen 3. Banner Día del hombre	31
Imagen 4. Banner Día Internacional de la mujer	31
Imagen 5. Banner Día mundial del agua	32
Imagen 6. Banner Día de la secretaria	32
Imagen 7. Página web Cabildo Verde de Sabana de Torres	35
Imagen 8. Página web de niños Cabildo Verde de Sabana de Torres	36
Imagen 9. Comentarios en Facebook: público interno y externo.	37
Imagen 10. Pasacalle Campaña de aparatos electrónicos	38
Imagen 11. Programación Día Internacional de la Tierra	38
Imagen 12. Postal Día Mundial de la Bicicleta	38
Imagen 13. Suvenires	39
Imagen 14. Pendón Foro Regional de Educación Ambiental.	41
Imagen 15. Escarapela Foro Regional de Educación Ambiental.	42
Imagen 16. Invitaciones Foro Regional de Educación Ambiental.	42
Imagen 17. Agendas Foro Regional de Educación Ambiental.	43

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Pendón de eventos Cabildo Verde	52
Anexo B. Bono Día Internacional de la Tierra	52
Anexo C. Pasacalle Día Internacional de la Tierra	53
Anexo D. Pendón para Convenio de Colaboración DHS 5211643	53
Anexo E. Pendón Caza Ilegal de Fauna Silvestre	54
Anexo F. Tarjeta de cumpleaños	54
Anexo G. Portafolio de servicios Cabildo Verde de Sabana de Torres	55
Anexo H. Manilla Campaña de Residuos Eléctricos y Electrónicos	55
Anexo I. Registro fotográfico	56
Anexo J. Registro videográfico	58
Anexo K. Cuñas radiales	59
Anexo L. Comunicados de Prensa	60
Anexo M. Documentos Campaña de electrónicos.	61
Anexo N. Presencia en medios de comunicación.	62

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TÍTULO: Acciones de comunicación para el posicionamiento entre sus públicos internos y externos de la ONG Cabildo verde.

AUTOR(ES): Gineth Dayana López Ordóñez

FACULTAD: Comunicación Social – Periodismo

DIRECTOR(A): Olga Beatriz Rueda Barrios

RESUMEN

El presente documento contiene el desarrollo de diversas acciones de comunicación que se ejecutaron en la ONG Cabildo Verde del municipio de Sabana de Torres, para permitir el posicionamiento de esta organización entre sus públicos internos y externos. Dichas acciones se basaron en el uso de medios masivos (televisión, radio, prensa e internet) y otras tácticas corporativas conocidas como suvenires (tarjetas, pendones, cachuchas, agendas, lapiceros, brochures, etc.). Todas ellas enmarcadas en un proceso estratégico que pretendía trazar un eje diferencial según el tipo de público objeto. En decir, para las comunicaciones internas se efectuaron tácticas que pertenecieron exclusivamente al público interno de la organización y para las comunicaciones externas, otras que atañen al público externo de la misma. Como resultado de esta clasificación, las acciones implementadas produjeron en ambos públicos un apropiamiento significativo con la entidad. Así mismo, el posicionamiento de la organización fue fortalecido desde el punto de vista de la comunicación, logrando acreditarse un mayor reconocimiento en la forma de llegar a sus públicos objetivos.

PALABRAS CLAVE:

Comunicación corporativa, comunicación interna, comunicación externa, imagen corporativa, marketing relacional.

V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

TITLE: Communication actions for positioning between its internal and external publics of the NGO Cabildo Verde.

AUTHOR(S): Gineth Dayana López Ordóñez

FACULTY: Social Communication – Journalism

DIRECTOR (A): Olga Beatriz Rueda Barrios

ABSTRACT

This document contains the enforcement of communication strategies that were carry out to position the NGO Cabildo Verde de Sabana de Torres between its internal and external audiences. These actions were based on the use of mass media (television, radio, press and internet) and other corporate tactics known as souvenirs (cards, banners, caps, diaries, pens, brochures, etc.). All this framed into a strategic process that sought to chart a differential axle depending on target audience. Accordingly, Internal communication was handled through tactics concerning only to NGO internal public. Moreover, external communication mechanisms was aimed exclusively at external others. As a result of this classification, the implemented actions produced a significant appropriation to the organization, in both, external and internal public. Also, the positioning of the organization was strengthened from communication concept. This allowed a higher recognition demonstrate how to reach their target audiences.

KEYWORDS: Corporate communication, internal communication, communications, corporate image, relationship marketing.

V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK

INTRODUCCIÓN

Referir la comunicación como forma de lograr el posicionamiento de la ONG Cabildo Verde de Sabana de Torres es el objeto del presente documento, en el que además, se hace una contextualización de la organización y un referente conceptual sobre el ámbito de la comunicación organizacional.

Por ende, fue necesario hacer referencia a términos claves como comunicación corporativa, imagen corporativa, marketing relacional, medios corporativos y otros tantos conceptos que permitieron la profundización de un referente teórico pertinente sobre lo que significó la comunicación organizacional en este proceso.

Desde este punto, radicó la importancia de hacer énfasis en un tipo de comunicación corporativa, más dinámica, donde se entendiera ésta como una iniciativa positiva y necesaria para lograr un mejor posicionamiento organizacional.

Dicho posicionamiento, estuvo previsto a través del desarrollo de diferentes acciones comunicativas que marcaron ejes diferenciales según el tipo público objeto, es decir, que para las comunicaciones internas se implementaron tácticas que le competen exclusivamente al público interno de la organización y para las comunicaciones externas, actividades dirigidas al público externo de la misma.

En ese sentido, se implementaron tácticas enmarcadas desde un conjunto de medios denominados como masivos (televisión, radio, prensa e internet) y otras tácticas corporativas (conocidas como suvenires: tarjetas, pendones, cachuchas, agendas, lapiceros, brochures, etc.).

Con esta clasificación, se buscó que cada acción implementada produjera en ambos públicos un apropiamiento significativo con la entidad, de manera que se fortaleciera la imagen y la reputación de la organización, logrando así acreditarse un mayor reconocimiento en la forma de llegar a sus públicos objetivos.

1. JUSTIFICACIÓN

Cabildo Verde de Sabana de Torres es una asociación cívica, sin ánimo de lucro, que se ha articulado eficazmente a los procesos de planificación del Magdalena Medio, formando nuevas dinámicas ambientales relacionadas con la protección de los bosques, la fauna y la educación ambiental.

Es una institución que busca y requiere de todas las formas que sus actividades y proyectos sean valorados por sus públicos (internos y externos), de manera que se visibilice la experiencia de más de 20 años que lleva en funcionamiento como el único ente ambiental del municipio.

Este proyecto de pasantía es creado precisamente con el fin de brindar a los miembros de Cabildo Verde de Sabana de Torres una herramienta fundamental que le permita llevar a cabo el manejo de las comunicaciones dentro y fuera de la organización, desarrollando diversas acciones entre sus públicos internos y externos en pro de un mejor posicionamiento corporativo.

Para esta organización, comunicar no bastaría simplemente con el hecho de existir como institución, sino también ocupar un espacio en la mente de sus públicos, pues “ese espacio ganado en la mente de las personas es la imagen de la empresa o de sus productos”¹.

El propósito de generar reconocimiento visual en las organizaciones, no supone simplemente decir que las empresas existen físicamente en algún lugar del mundo, sino propender porque sus públicos sepan lo que ésta hace y ofrece, a qué se dedica, cuáles son sus actividades, acciones y metas cumplidas o por cumplir, de manera que se logre poco a poco una mayor identificación.

La comunicación en las organizaciones representa un recurso básico y elemental que debe utilizarse quiérase o no, independientemente de cuál sea el campo de acción o de qué tan grande sea la institución de la que se hace parte, pues comunicar es por naturaleza la acción principal del hombre. Por esta razón, tener conocimiento sobre ella, permite a las empresas implementar planes y estrategias comunicativas en pro de una mejor organización.

¹ CAPRIOTTI, Paul. Planificación estratégica de la Imagen Corporativa. 4° Edición. Pág. 11. Málaga, España. Febrero 2013. Edición Ariel. Instituto de investigación en Relaciones Públicas. Obra de acceso gratuito. [Online]. Disponible en http://www.bidireccional.net/Blog/PEIC_4ed.pdf. Fecha de consulta: Marzo 09 de 2013.

Cabildo Verde de Sabana de Torres es una ONG que desde su origen ha buscado precisamente llegar a fortalecerse en el aspecto comunicativo, utilizando diferentes medios y herramientas de comunicación, sin embargo, el manejo de estos recursos ha sido inconstante y poco efectivo.

Por esta razón, las acciones que se realizarán en este proceso están enfocadas para que sirvan como mecanismo inicial de un camino largo y duradero hacia una comunicación más fuerte y consolidada. Un tipo de comunicación que no se quede estancada en un proceso de seis meses de pasantía, sino que trascienda en la medida que la organización vaya creciendo.

Todo esto, con el objetivo de fortalecer en la ONG un plan estratégico dentro de campo de la comunicación organizacional, como un segundo paso adelantado que servirá para dar continuidad a lo que se pretende establecer durante el proceso de pasantía.

2. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

2.1 RESEÑA HISTÓRICA

Su creación obedece a las campañas que desde 1985 el INDERENA impulsó para motivar la participación y la organización civil y comunitaria, para que articuladamente con las autoridades locales jugaran un papel preponderante en la protección, conservación y recuperación de los recursos naturales renovables y del medio ambiente. Fueron denominados Consejos Verdes inicialmente, pero dada su estructura organizativa y la posibilidad de participación abierta, se calificaron como CABILDOS.

En su asamblea de constitución participaron todas las autoridades públicas, eclesiásticas, civiles y comunitarias locales, de allí su amplia base social y su reconocimiento como organización seria y su respaldo.

Se inicia así una gestión focalizada inicialmente a canalizar los esfuerzos del INDERENA y del PNR en materia forestal, mediante el establecimiento del primer vivero municipal, donde se produjeron más de 10.000 árboles de mónico que hoy están siendo explotados de manera racional y sostenible. Ya en 1994 se emprendió la mayor de las tareas del CABILDO VERDE DE SABANA DE TORRES, la protección y conservación de la submicrocuenca San Isidro, surtidora del acueducto municipal.

Con la compra de la finca La Victoria, 212 hectáreas en la parte más alta de la submicrocuenca, se da inicio a la constitución de la Reserva Natural Municipal Cabildo Verde, que hoy tiene una extensión de 531 hectáreas; donde 447 son propiedad del CABILDO VERDE DE SABANA DE TORRES y 84 hectáreas son parte de los predios adquiridos por la Administración Municipal. Con esta reserva se protegen las submicrocuencas San Isidro y la Playa Blanca de la microcuenca La Gómez y La Guacamaya de la microcuenca Santos Gutiérrez, ambas de la subcuenca del río Lebrija.

En 1997, aplicando la nueva normativa, se realizó el registro ante la Cámara de Comercio de Barrancabermeja quien otorgó nuevamente personería jurídica, esta vez bajo el número 00242 del 8 de mayo de 1997 del libro 1 de las organizaciones sin ánimo de lucro. Paso seguido se realizó lo pertinente ante la DIAN, quien otorgó el N.I.T N° 804.002.986-2 radicado en Barrancabermeja.

Dentro de la gestión realizada por esta organización, se destaca la presencia constante en todos los escenarios de participación y concertación municipal, la articulación de actividades de conservación y protección de ecosistemas estratégicos, en especial lo relacionado con los trabajos que se realizan en la Ciénega de Paredes, la ordenación del territorio, la identificación de ecosistemas estratégicos, el centro de paso y rehabilitación de la fauna silvestre. Esta articulación consiste en la canalización de recursos económicos y la validación de proyectos eficaces sostenibles y sustentables.

Con la constancia, la seriedad y el cumplimiento de los objetivos trazados, se ha logrado el reconocimiento y el apoyo de organizaciones como la Corporación Autónoma Regional de Santander (CAS), Ecopetrol, la Gobernación de Santander, el Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio (PDPMM), Petrosantander, las Administraciones Municipales de Turno y especialmente de la comunidad, quien ha posicionado a CABILDO VERDE DE SABANA DE TORRES como el ente ambiental municipal.

2.2 CABILDO VERDE DE SABANA DE TORRES EN LA ACTUALIDAD

CABILDO VERDE DE SABANA DE TORRES, es una organización comunitaria, de derecho privado, sin ánimo de lucro, organizada de acuerdo al Título XXXVI del libro 1 del Código Civil Colombiano y conforme a los Decretos Ley 829 de 1984 y 1196 de 1985. Constituida mediante asamblea pública el 26 de febrero de 1989 y reconocida jurídicamente mediante resolución 0663 del 7 de Septiembre de 1989 del Ministerio de Agricultura, ubicada en la Carrera 11 No. 14-75 del Municipio de Sabana de Torres. Está integrada por personas naturales o jurídicas domiciliadas en su territorio. Ésta organización se ha articulado eficazmente a los procesos de planificación del Magdalena Medio, ha generado nuevas dinámicas ambientales relacionadas con la protección de los bosques, la fauna y la educación ambiental.

Dirección: Carrera 11 No. 14-75 barrio Carvajal

Telefax: (097)-6293055

E-mail: cabildoverde@cabildoverde.org

Página web: www.cabildoverde.org

Municipio: Sabana de Torres, Santander

2.3 MISIÓN

Propender por el buen uso de los recursos naturales, producir proveer y divulgar información biofísica y social en apoyo a los procesos de planificación y desarrollo regional. Gestionar recursos para la protección, recuperación e investigación de los ecosistemas estratégicos, la biodiversidad y la cultura del Magdalena Medio.

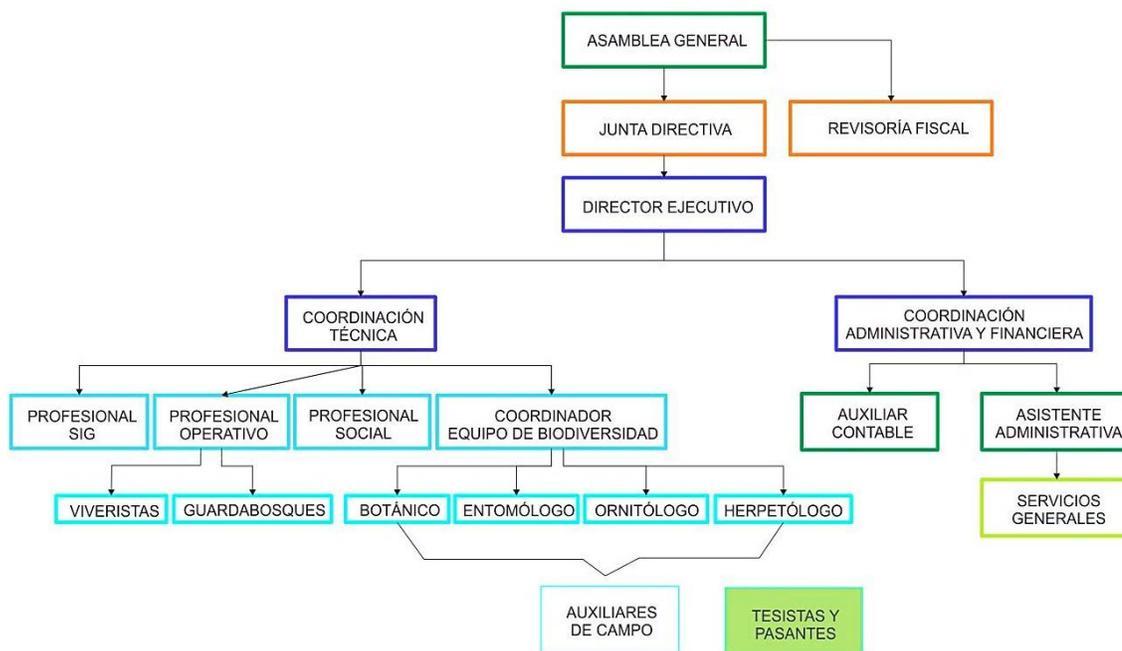
2.4 VISIÓN

Consolidarnos como una entidad ambiental regional, protectora de la biodiversidad y las fuentes hídricas, proveedora de información territorial de alta calidad, necesaria para la planificación y desarrollo de la región.

2.5 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Administrativamente Cabildo Verde de Sabana de Torres cuenta con los siguientes órganos de dirección y operación:

Tabla 1. Organigrama Cabildo Verde de Sabana de Torres



Fuente: Documento interno Cabildo Verde

a) Asamblea general: Órgano superior, constituido por representación de las organizaciones sociales, juntas de acción comunal, autoridades locales. Se reúne ordinariamente anualmente y cada dos años para elegir Junta Directiva y Revisoría Fiscal; su última reunión se realizó en de mayo de 2010 en la cual se nombró la Junta Directiva y la Revisora Fiscal.

b) Revisoría fiscal: Nombrada directamente por la Asamblea General para un periodo de 2 años, de acuerdo a los estatutos y por norma debe ser un Contador Público Titulado. Actualmente ejerce el cargo la Dra. LILIANA ISABEL CORONADO MEJIA, con tarjeta profesional 162615 – T.

c) Junta directiva: Nombrada por la Asamblea General para un periodo de 2 años. Constituida por 6 miembros representantes de diversos sectores.

d) Dirección ejecutiva: Representante legal de la institución, nombrado por la Junta Directiva. Actualmente el cargo es ocupado por JAMES MURILLO OSORIO, Administrador de Empresa, Tecnólogo en Administración Ambiental, quien posee una amplia experiencia con una trayectoria de más 10 años en el sector ambiental y de reconocido activismo ecológico a nivel regional.

e) Equipo asesor: Constituido inicialmente por los Miembros de la Junta Directiva, que con sus capacidades profesionales están dispuestos para aportar al desarrollo de los proyectos y de la institución.

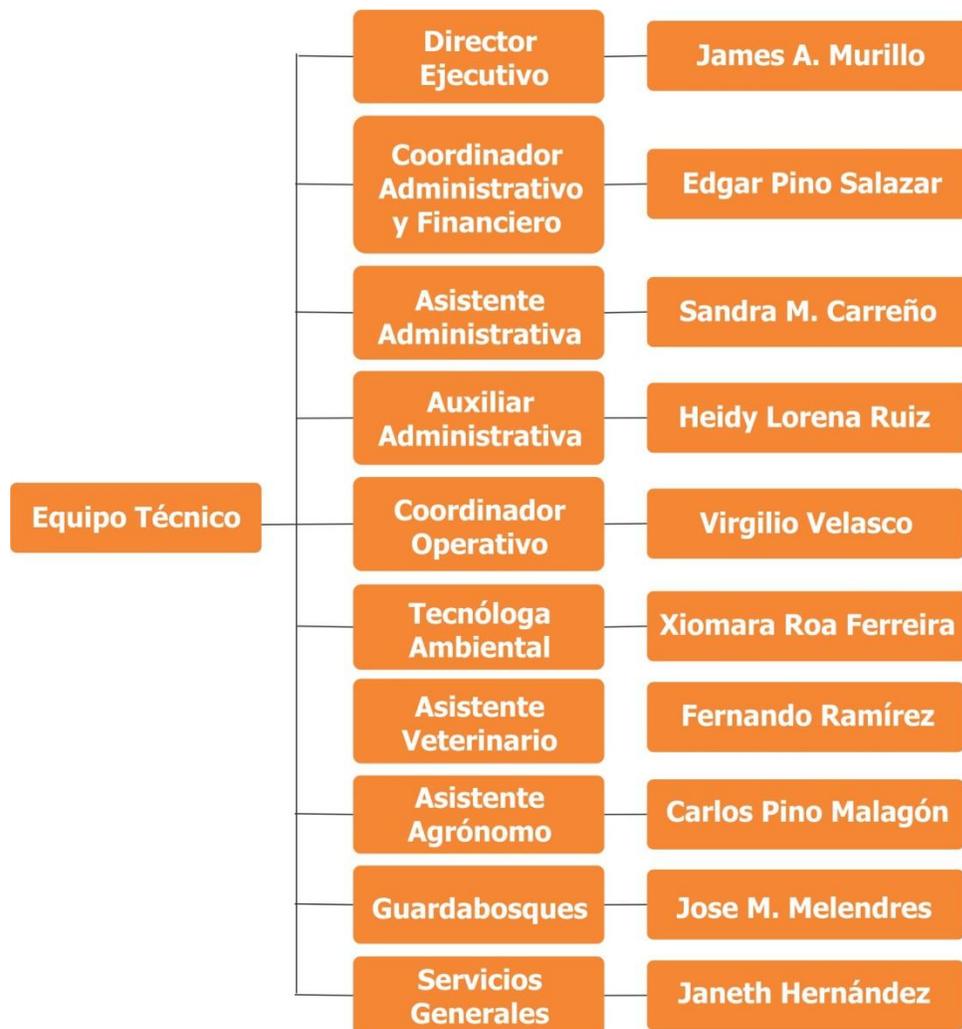
f) Área operativa: Encargada del desarrollo práctico y la ejecución de las actividades contempladas en cada proyecto. Incide directamente el tipo de proyecto para el nombramiento del profesional a cargo de la coordinación operativa.

g) Área financiera: Una de las fortalezas administrativas del CABILDO VERDE DE SABANA DE TORRES radica especialmente en esta área, encargada del control, evaluación y desarrollo contable y financiero de cada uno de los proyectos de manera individual y colectivamente.

h) Guardabosques: Grupo de personas (familias), vinculadas laboralmente con el CABILDO VERDE DE SABANA DE TORRES, encargadas del control y vigilancia de la Reserva Natural. Se encuentran acondicionados dos Puestos de Control (PC1- PC2). Se contemplan como parte del organigrama por ser la Reserva Natural Municipal, uno de los pilares de la organización.

i)Técnicos viveristas: Una de las principales actividades que desarrolla el CABILDO VERDE DE SABANA DE TORRES, es la producción de material vegetal. En el momento se cuenta con una capacidad de producción de 100.000 árboles semestrales, 50.000 en sistema de Bandeja de Raíz Dirigida. El personal adscrito está capacitado por el SENA y por CONIF.

Tabla 2. Equipo técnico Cabildo Verde.



Fuente: Documento interno Cabildo Verde

Tabla 3. Junta Directiva Cabildo Verde



Fuente: Documento interno Cabildo Verde

2.6 LOCALIZACIÓN EN MAPA

Imagen 1. Mapa de Sabana de Torres.



Fuente: maps.google.es/

3 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

3.1 OBJETIVOS

3.1.1 General

Desarrollar acciones de comunicación que permitan el posicionamiento entre públicos internos y externos de la ONG Cabildo Verde.

3.1.2 Específicos

- Apoyar las acciones comunicativas de Cabildo Verde como eje principal para articular las actividades con las diferentes organizaciones y medios de comunicación.
- Crear y rediseñar plataformas electrónicas que le permitan a la organización mantener una comunicación constante con sus públicos internos y externos.
- Gestionar una relación estrecha con los medios de comunicación, con el propósito de generar constante divulgación sobre las actividades y proyectos desarrollados en la organización.

4. REFERENTE CONCEPTUAL

En las organizaciones, afirma Capriotti², todo comunica, desde los anuncios publicitarios elaborados por la misma empresa, hasta el comportamiento de cada uno de sus miembros, pues *todo lo que la empresa hace adopta una dimensión comunicativa*. Por lo tanto, es importante tener en cuenta que la participación con la comunidad, la calidad del servicio, la presencia física, las oficinas y otras acciones simples y cotidianas, siempre estarán diciendo algo de la institución y esto también es comunicación.

Hay autores como Joan Costa³ que, en oposición a lo anterior, expresan que en cierta medida “no todo comunica, pero sí todo significa”, es decir, que todo lo descrito haría parte de un significado más no de un acto comunicativo, explicando que los signos, por ejemplo, por ser muchas veces involuntarios no representan comunicación. No obstante, para fundamentos de este proyecto se aborda la idea inicial de Capriotti en el que “todo comunica”.

Ahora bien, cuando se habla de comunicación en las empresas o comunicación organizacional, se afirma que ésta representa una parte fundamental para el manejo corporativo de las instituciones, puesto que, su buen desarrollo es clave para darle una correcta dirección al ente empresarial, al entenderla como un “entramado de mensajes formados por símbolos verbales y signos no verbales que se transmiten diádicamente y de manera seriada dentro del marco de la organización”⁴.

Sin embargo, se abandona el término en mención para hablar específicamente de comunicación corporativa⁵, pues, la comunicación organizacional representa para

² CAPRIOTTI, Paul. COMUNICACIÓN CORPORATIVA: Una estrategia de éxito a corto plazo. Artículo publicado en Reporte C&D – Capacitación y Desarrollo. Argentina. N. 13. Agosto 1999. Pág. 30-33. [Online] Disponible en: http://bidireccional.net/Blog/Comunicacion_Corporativa_1.pdf Fecha de consulta: Julio 12 de 2013.

³ COSTA, Joan. Grupo de Investigación Lenguaje Visual y Diseño Aplicado. Boletín académico – Científico de Información y Desarrollo en el Ámbito Hispano/Italiano/Portugués. Sumario N° 06. Universidad de Málaga. Abril de 2006. ISSN 1989-3183. [Online]. Disponible en: <http://www.disenio.uma.es/ddisenio/ddisenio-6/documento6.htm> Fecha de consulta: Julio 12 de 2013.

⁴ ALMENARA ALOY, Jaume; ROMEO DELGADO, Mariana y ROCA PÉREZ, Xavier. Comunicación interna en la empresa. Editorial UOC. Barcelona. ISBN: 84-9788-159-1.

⁵ CAPRIOTTI, Paul. COMUNICACIÓN CORPORATIVA: Una estrategia de éxito a corto plazo. Artículo publicado en Reporte C&D – Capacitación y Desarrollo. Argentina. N. 13. Agosto 1999. Pág. 30-33. [Online] Disponible en: http://bidireccional.net/Blog/Comunicacion_Corporativa_1.pdf Fecha de consulta: Julio 12 de 2013.

este proyecto un concepto muy global que aborda exclusivamente comunicaciones que se producen dentro de la organización y lo que se plantea en esta pasantía, es precisamente una acción integral de comunicación que acerque lo interno y lo externo, aspecto fundamental que la comunicación corporativa permite llevar a cabo.

En este sentido, la comunicación corporativa es, según Capriotti, *la totalidad de los recursos de comunicación de los que dispone una organización para llegar efectivamente a sus públicos*. La Comunicación Corporativa de una entidad debe planear muy bien cada recurso de comunicación a ejecutar, puesto que, todo lo que la empresa diga sobre sí misma, deberá ser en cierta medida lo mismo que sus públicos piensen sobre ella. En resumen, se trata de “*hacer las cosas bien, y darlas a conocer*”⁶.

Pero, ¿cómo saber que la empresa está haciendo las cosas bien? No hay que olvidar que cuando se habla de públicos, se debe tener presente que los miembros de la organización también pertenecen a este grupo, por lo tanto, son ellos los que de primera mano, sabrán responder este interrogante.

Ahora bien, teniendo en cuenta que el planteamiento de esta pasantía es el desarrollo de acciones de comunicación para el posicionamiento de Cabildo Verde de Sabana de Torres entre sus públicos internos y externos, es indispensable hacer hincapié en aquellos ejes que componen la comunicación corporativa, que son precisamente la comunicación interna y la comunicación externa.

Así las cosas, se entiende la comunicación interna como aquella que concierne todos los componentes de la empresa. Es la que “cuenta a sus públicos internos lo que la propia organización hace; logra un clima de implicación e integración de las personas en sus respectivas empresas; incrementa la motivación y la productividad. Todo ello para alcanzar la máxima optimización de los recursos de las empresas e instituciones, haciendo las cosas cada vez mejor al menor coste posible”⁷.

En la ONG Cabildo Verde este tipo de comunicación se ha manejado desde un proceso relativamente pequeño. Al ser esta una entidad de pocos miembros, se

⁶ Ibíd.

⁷ MORALES SERRANO, Francisca. Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional. Capítulo 7: La Comunicación Interna: Herramienta estratégica de gestión para las empresas. Gestión 2000. Barcelona (2001).

esperaría que allí la comunicación operara de forma estrecha, pero no es así, pues los individuos que la componen desconocen las actividades y objetivos en los que se desempeña cada uno dentro de la organización.

Es cierto que, para desarrollar una buena comunicación interna todos sus miembros deben ser y sentirse partícipes de todas aquellas acciones que se lleven a cabo en la entidad. Por ello, el personal, considerado miembro clave dentro la organización, deberá sentirse parte importante dentro de ella y que los demás miembros lo reconozcan como tal. Es desde este punto, como la comunicación interna se fundamenta y crea la denominada identidad corporativa.

La identidad corporativa, surge como complemento de la comunicación interna para hablar específicamente de la empresa. De esta manera, esta se define como el “conjunto de características centrales, perdurables y distintivas de una organización, con las que, la propia entidad se autoidentifica y se autodiferencia”⁸. Es decir, para que la comunicación interna sea efectiva debe haber apropiación tanto de los miembros como de la organización.

*Aquel conjunto de atributos fundamentales que asume una marca corporativa como propios y la identifican y distinguen de las demás*⁹, es lo que se constituye como identidad en las organizaciones, se habla entonces de logo-símbolos, logotipos, tipografía, colores corporativos, etc.; elementos que posteriormente, según su utilización, comenzarán a hacer parte de la comunicación externa.

La comunicación externa se encarga de “proyectar una buena imagen corporativa y dar a conocer los productos y servicios al público externo de la empresa”¹⁰, relacionándose al mismo tiempo con un gran número de receptores mediante la utilización de los medios masivos. Es entonces cuando se habla de una comunicación que se dirige masivamente a los públicos que no se encuentran en la organización.

⁸ CAPRIOTTI PERI, Paul. Branding corporativo: Fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa. Santiago, Chile. 2009. Pág. 21. Andros impresores. ISBN 978-956-7459-32-2.

⁹ *Ibíd.* Pág. 19.

¹⁰ PORTILLO RÍOS, Rixio Gerardo. La comunicación externa en universidades privadas con estudios a distancia en pregrado. Razón y palabra. Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación. Importancia de la comunicación y sus interfaces con los desafíos ambientales. Número 79 mayo - julio 2012. [Online]. Disponible en: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N79/V79/59_Portillo_V79.pdf Fecha de consulta: Julio 22 de 2013.

Este tipo de comunicación, a diferencia de la comunicación interna, utiliza la publicidad como canal global para llegar a los públicos externos, por lo que, hacen parte de ella términos claves como imagen corporativa y marketing relacional, los cuales se fundamentan para darle un complemento a la comunicación externa en las organizaciones.

La imagen corporativa, es concebida como la personalidad de la empresa en todo aquello que la representa y dicha imagen tiene que estar presente en todo documento u objetos involucrados con la empresa para ayudar al posicionamiento de esta en el mercado. Todo estímulo visual que signifique la empresa tiene gran influencia en el éxito global de la compañía y en el posicionamiento de la misma¹¹.

Es por esta razón, que se habla de *posicionamiento* dentro del objetivo que persigue esta pasantía, ya que, lo que se buscará es precisamente que la marca (logotipo) de Cabildo Verde sea visibilizada en todo material publicitario existente.

Ahora, es claro que no sólo con el hecho de mostrar un logo-símbolo se hace comunicación. Si bien “todo comunica”, es necesario también mantener una coherencia visual y comunicativa en todas las acciones que emprenda la organización; es decir, que cada elemento que se elabore debe ser pensado y trazado con un propósito para que la comunicación que se desea proyectar sea efectiva.

La comunicación dada desde la imagen corporativa debe ser de tipo relacional, de manera que las organizaciones no se concentren en el hecho básico de aparecer en un medio publicitario, sino también en hacer retroalimentación con sus públicos, tanto internos como externos, para verificar que el mensaje que la empresa quiera dar a conocer de sí misma, sea el mismo que los públicos posean en cuanto entidad como sujeto social.

Ahora bien, así como la imagen corporativa puede ser clave para lograr el posicionamiento de una empresa ante sus públicos internos y externos, ésta también puede llegar a jugar un papel desbastador para la organización cuando el mensaje no se maneja correctamente, porque, la imagen corporativa no es precisamente el logo de la entidad plasmado en un elemento publicitario sino

¹¹ MESÍAS VELASCO, Luis Antonio. Desarrollo de imagen corporativa de las empresas afiliadas al CDP: Confección Santander. Universidad de Santander. Facultad de Mercadeo y Publicidad. ISBN: 978-958-8118-69-7.

aquel guardado en la mente del público y esa es la más difícil de borrar, más cuando lo que este recuerda son errores cometidos por parte de la empresa.

Capriotti, expresa que la *imagen corporativa* es un concepto basado claramente en la idea de recepción y por ende, debe ser diferenciado de otros tres conceptos básicos (algunos ya citados anteriormente), como lo son identidad corporativa, comunicación corporativa y realidad corporativa. A continuación se expone la conceptualización que se hace este autor para cada uno de estos:

- Identidad de la empresa: es la *personalidad* de la organización, lo que ella es y pretende ser. Es su ser histórico, ético y de comportamiento. Es lo que la hace individual, y la distingue y diferencia de las demás.
- Comunicación de la empresa: es todo lo que la organización *dice* a sus públicos, ya sea por el envío de mensajes a través los diferentes canales de comunicación (su acción comunicativa propiamente dicha) como por medio de su actuación cotidiana (su conducta diaria).
- Realidad Corporativa: es toda la estructura material de la organización: sus oficinas, sus fábricas, sus empleados, sus productos, etc. Es todo lo tangible y vinculado a la propiedad de la compañía.

En cierta medida, lo que Capriotti plantea con la diferenciación de estos tres últimos conceptos, es que pese a cualquier actividad que haga la organización para mostrarse o intentar posicionarse, en últimas es la imagen corporativa la principal fuente receptora de la organización, pues si la empresa no retroalimenta su ser y hacer con sus públicos, la importancia que se tiene de identidad, comunicación y realidad corporativa, no sería la misma al tener estas que funcionar relativamente solas.

Una vez claros los anteriores conceptos, es oportuno traer a colación el término de marketing relacional como complemento significativo de la comunicación externa en las organizaciones. Manuel Alfaro, afirma que el marketing relacional es “un esfuerzo integrado para identificar y mantener una red de clientes, con el objetivo de reforzarla continuamente en beneficio de ambas partes, mediante contactos e interacción individualizados que generen valor a lo largo del tiempo”¹²

¹² REINARES, Pedro y PONZOA José. Marketing Relacional: Un nuevo enfoque para la seducción y fidelización del cliente. 2da Edición. Pág. 19. Editorial Prentice Hall Financial Times. Madrid, 2006.

Es decir, en este punto de la comunicación no sólo lo que la empresa quiera mostrar de sí misma es lo único importante, también lo es la opinión del cliente y lo que éste quiera que la empresa proyecte para sí mismo. Pues es el cliente o público externo, quien en últimas define a la organización. Se refuerza entonces lo anteriormente dicho, la comunicación debe ser, dentro del marco corporativo de la organización, de tipo relacional, retroalimentaria.

La comunicación es un arma muy poderosa que desde principios de la humanidad ha implementado el hombre como recurso básico para interactuar y compartir con el otro. Hablar de comunicación en las organizaciones no es en cierta medida un término extraño o desconocido, puesto que los individuos están comunicándose todo el tiempo.

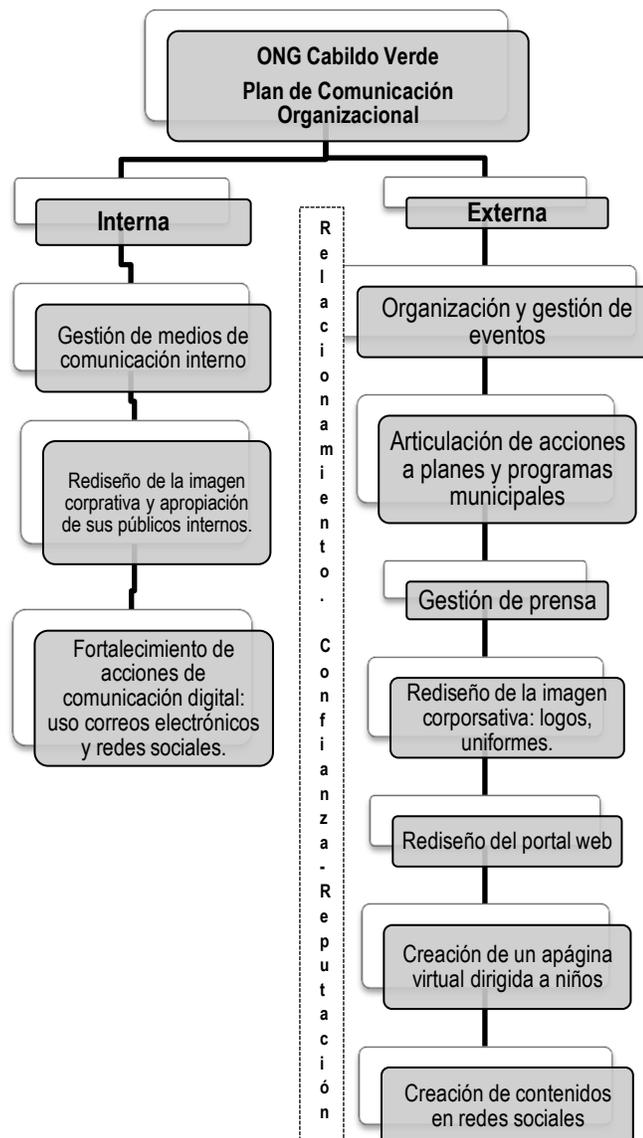
En ese sentido, lo que se busca con la comunicación es que las empresas reconozcan su importancia como medio primordial para llegar a los públicos objetivo de las organizaciones. Cabildo Verde de Sabana de Torres requerirá estar convencida de la necesidad de comunicación, pues en la medida en que esto suceda las acciones allí implementadas empezarán a coger fuerza para lograr el posicionamiento de la misma ante sus públicos.

5. INFORME CENTRAL

Durante el proceso de la pasantía realizada en la ONG Cabildo Verde de Sabana de Torres, se desarrollaron diversas acciones de comunicación que permitieron el posicionamiento de la organización entre sus públicos internos y externos.

Dicho posicionamiento estuvo enfocado expresamente desde la imagen corporativa de la organización, buscando que en ambos públicos se produjera un apropiamiento significativo con la entidad. Para ello, las acciones realizadas fueron clasificadas, desde el marco de la comunicación, como interna y externa, tal como se enuncia en el siguiente esquema:

Tabla 4. Esquema de comunicación organizacional



Comunicaciones internas

Dentro de aquellas acciones denominadas como internas, estuvo el hecho de restablecer el dominio propio de los correos electrónicos del personal de Cabildo Verde. El primer paso dado fue iniciar con la restauración de claves para obtener acceso al dominio (*cabildoverde.org*). Una vez obtenida esta información, se procedió a crear el correo institucional de cada una de las personas que laboran en el área administrativo de la organización, de manera que dejaran a un lado el correo personal y empezaran a utilizar el e-mail corporativo para los asuntos que le competen a la empresa.

Una vez hecho esto, se construyó un documento en el que se dieron a conocer las especificaciones de cómo utilizar el nuevo correo, compartiendo así la dirección electrónica de cada uno.

Tabla 5. Correos electrónicos institucionales

NOMBRE	CORREO
Cabildo Verde	<i>cabildoverde@cabildoverde.org</i>
Edgar Pino Salazar	<i>edgar.pino@cabildoverde.org</i>
Elkin Fabián Triana Velasco	<i>fabian.velasco@cabildoverde.org</i>
Gineth López Ordóñez	<i>gineth.lopez@cabildoverde.org</i>
Heidy Lorena Ruíz Munera	<i>lorena.ruiz@cabildoverde.org</i>
Ingrid Xiomara Roa Ferreira	<i>xiomara.roa@cabildoverde.org</i>
James Anker Murillo Osorio	<i>james.murillo@cabildoverde.org</i>
Medio Ambiente	<i>medioambiente@cabildoverde.org</i>
Néstor Moreno	<i>nestor.moreno@cabildoverde.org</i>
Sandra Carreño Moncada	<i>sandra.carreno@cabildoverde.org</i>
Virgilio Velasco Villamizar	<i>virgilio.velasco@cabildoverde.org</i>

Por otro lado, estuvo formular un cambio distintivo en los uniformes del personal de la organización, de manera que se proyectara una imagen consistente y unificada de la misma. Cabildo Verde antes de este cambio no manejaba una política consolidada respecto al uso de los uniformes, si bien a todo el personal se le suministra una dotación al momento de ingresar a la organización, esta no se regía por un parámetro unificado. Es decir, cada quien utilizaba un tipo de uniforme distinto en cada día de la semana.

Por esta razón y a solicitud del Representante Legal de Cabildo Verde de Sabana de Torres, se diseñaron modelos nuevos y junto a ello, un orden en la aplicación de los mismos.

Imagen 2. Uniformes Cabildo Verde de Sabana de Torres



La dotación propuesta está basada en cuatro tipos de colores distintos y la razón fundamental de no asignar un solo color institucional, está dada por el hecho de que, según los convenios ejecutados en el momento, debe mantenerse un color de camisa específico. Por ende, más que velar por cuántos colores de camisa hubiese, el objeto central de esta acción se basó principalmente en la unificación.

Así mismo, como parte de la comunicación interna estuvo el hecho de ayudar en la gestión y organización de eventos desarrollados por la empresa, de manera que se pudiera contribuir, durante el proceso, en la realización y coordinación de los mismos.

En esta acción se desarrollaron importantes eventos como lo fueron la Reinauguración del Parque los Fundadores de Sabana de Torres, el Día de la Mujer, la Celebración del Día Internacional de la Tierra, el Día Mundial de la Bicicleta, el Foro de Educación Ambiental Regional Magdalena Medio, la Campaña de Residuos Eléctricos y Electrónicos y otros.

En cada uno de estos programas, la participación se realizó de forma directa e indirecta, llevando a cabo la logística de los mismos y todo aquello relacionado en cuanto a imagen y medios publicitarios se refiere (*creación y diseño de campañas, maestra de ceremonias, diseño de elementos corporativos, documentación, etc.*). Algunos de estos elementos elaborados solo para la parte interna de la organización fueron:

Imagen 3. Banner Día del Hombre



Imagen 4. Banner Día Internacional de la mujer



Imagen 5. Banner Día mundial del agua



Imagen 6. Banner Día de la Secretaria



Así mismo, se brindó apoyo en la articulación de proyectos con el fin de conocer a fondo cada uno de los planes llevados a cabo por la organización. Esta acción permitió que el proceso de pasantía se efectuara con mayor agilidad al momento de plasmar aquellas ideas obtenidas en cada reunión.

Ahora, al enfatizar sobre las acciones de comunicación externas desarrolladas en la ONG, se pueden relacionar aquellas como la elaboración de Comunicados de Prensa. Cabe aclarar en este punto, que este tipo de canal fue implementado a partir de la pasantía y no antes de ella, permitiéndole a la organización un mayor acercamiento con sus públicos internos y externos.

Los comunicados de prensa le permiten a la ONG, a manera interna, llevar un registro de todos aquellos sucesos ocurridos dentro de la misma y a modo externo, le sirve para dar a conocer esos sucesos a los medios de comunicación y ellos a su vez, al resto de la población. El 9 de abril se inició la elaboración del primer comunicado con el título de “Celebración Día Internacional de la Tierra”. A continuación se nombran cada uno de los títulos que se han abordado para cada comunicado. (Anexo L)

- Comunicado de Prensa 001. Celebración Día Internacional de la Tierra
- Comunicado de Prensa 002. Jornada de limpieza a parques de Sabana de Torres.
- Comunicado de Prensa 003. Cabildo Verde de Sabana de Torres adelanta actividades para el rescate de fauna en el PMRB.
- Comunicado de Prensa 004. Cabildo Verde desarrolló con éxito la Celebración del Día Internacional de la Tierra.
- Comunicado de Prensa 005. Cabildo Verde ejecuta Línea 5 del Proyecto de Modernización de la Refinería de Barrancabermeja.
- Comunicado de Prensa 006. Cabildo Verde realiza campaña de recolección de residuos eléctricos y electrónicos en Sabana de Torres.
- Comunicado de Prensa 007. Cabildo Verde de Sabana de Torres y Ecopetrol llevan a cabo Primer Foro Regional de Educación Ambiental Magdalena Medio en Barrancabermeja.
- Comunicado de Prensa 008. Cabildo Verde de Sabana de Torres trabaja en la recuperación de 101 pericos pertenecientes a la Fauna Silvestre de la región.
- Comunicado de Prensa 009. Con total éxito culminó Primer Foro Regional de Educación Ambiental Magdalena Medio en Barrancabermeja.
- Comunicado de Prensa 010. Cabildo Verde llevó a cabo jornada de siembra de árboles.
- Comunicado de Prensa 011. La campaña organizada por Cabildo Verde para la recolección de los AEE entra en su etapa final.
- Comunicado de Prensa 012. Babilla herida ingresó al centro de paso de Cabildo Verde para su recuperación.
- Comunicado de Prensa 013. La contaminación del río Lebrija arrasa con más de 500 toneladas de peces.
- Comunicado de Prensa 014. Invitación a III Asamblea Extraordinaria de Cabildo Verde de Sabana de Torres.

Por otra parte, en cuanto a los medios electrónicos estuvo presente el portal web de Cabildo Verde de Sabana de Torres. En él se proyectó un cambio visual en la presentación de los contenidos, para que fuera más dinámica y llamativa. Se incorporaron nuevos menús, imágenes, información de proyectos, videos, enlaces, entre otros elementos que semanalmente se van actualizando según como cambie la agenda de la organización.

Cabe resaltar, que en la actualidad la total administración del portal web está a cargo de la pasante en curso y en el momento en que esta llegare a faltar, la empresa tendrá un documento base con el cual otro pasante o administrador pueda ingresar a modificar los contenidos existentes.

Añadido a esto, se elaboró la página web de niños con el contenido respectivo, para que los menores también ingresaran a la cuenta oficial de Cabildo Verde de una forma más atrayente. El total diseño de la página estuvo a cargo de la pasante en curso.

Es importante agregar, que Cabildo Verde no contaba antes con una página web para niños, si bien existía un link para los menores, esta no era una página bien constituida. En cambio, en la actualidad la página cuenta con juegos, fotos, videos, información de la organización, datos sobre fauna y flora de la región, enlaces a redes sociales, etc., un portal muy completo para que los niños conozcan sobre Cabildo Verde.

A continuación se muestran algunos pantallazos tomados directamente desde la página web de Cabildo Verde (www.cabildoverde.org), como forma de evidenciar los resultados en la construcción de las mismas.

Imagen 7. Página web Cabildo Verde de Sabana de Torres
(www.cabildoverde.org)

- Caza ilegal de fauna**

Más de 100 pericos pertenecientes a la Fauna Silvestre de la región fueron incautados por la Policía Nacional de Sabana de Torres y se encuentran hoy en la Reserva Natural de Cabildo Verde recuperándose del mal estado en que se hallaban tras intentar ser traficados. [Leer Mas...](#)
- Jornada de limpieza**

Con el propósito de mostrar una Sabana de Torres más limpia, Cabildo Verde en unión con el Batallón de Infantería N-40 CR Luciano del Huyar del Ejército Nacional, adelantaron jornadas de limpieza a parques de Sabana de Torres. [Leer Mas...](#)
- Foro de Edu. Ambiental**

Gracias a la organización de Cabildo Verde de Sabana de Torres y al patrocinio de Ecopetrol S.A., se logró con total éxito la realización del Primer Foro Regional de Educación Ambiental Magdalena Medio, llevado a cabo en Barrancabermeja el pasado 13 y 14 de Junio. [Leer más...](#)
- Día de la tierra**

El 22 de abril es una fecha que desde 1970 conmemora el Día Internacional de la Tierra, por esta razón, en un esfuerzo por despertar sensibilidad sobre el trato que le estamos dando al planeta, Cabildo Verde de Sabana de Torres desarrolló con éxito la celebración de este importante día. [Leer Mas...](#)



Conocer Reserva Natural

*La reserva cuenta actualmente con la administración de **CABILDO VERDE DE SABANA DE TORRES** mediante convenio con la administración municipal, a través de la contratación de 2 familias de guarda bosques distribuidos en 2 puestos de control dentro del área de la reserva. Con esta reserva se protegen las Submicrocuencas San Isidro, surtidora del acueducto municipal, y la Playa Blanca de la Microcuenca La Gómez y la Submicrocuenca La Guacamaya de la Microcuenca Santos Gutiérrez, ambas de la Subcuenca del Río Lebrija.*
[Leer Mas.....](#)

Imagen 8. Página web de niños Cabildo Verde de Sabana de Torres (www.cabildoverde.org/cabildoninos/)

Inicio Nosotros Reserva Animales Fotos Videos Regresar Ingreso / Registro Buscar...

Cabildo niños

la aventura continua...

Cabildo Verde Sabana de Torres

Quiero jugar

Voy a aprender

*** Juegos Cabildo**

- Mono y Bananas
- Zoo Animales
- Rompe Cabezas
- Jungla Festival
- Arma El Oso
- Arma Tren

*** Redes Sociales**

YouTube
Facebook
Twitter

*** MiniCalendario**

Agosto 2013

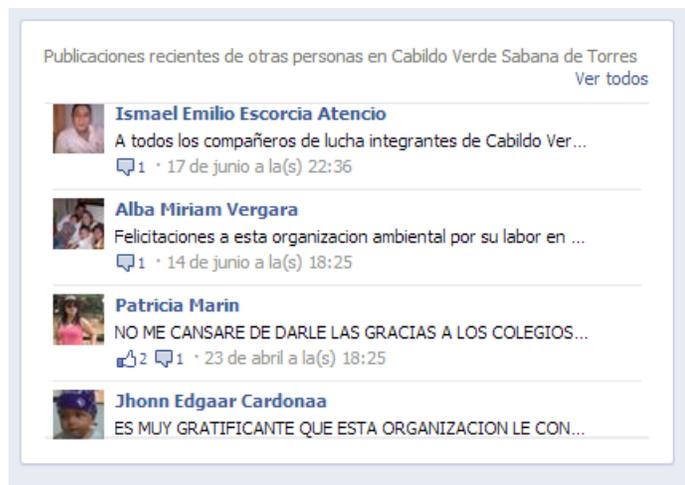
L	M	M	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

© Copyright 2013 CABILDO VERDE SABANA DE TORRES -
Carrera 11 Nº 14-76 Sabana de Torres, Santander / Telefax (097) 6293055 /
Celular 313 284 8357 -316 742 6063 cabildoverde@cabildoverde.org

Así mismo, dentro del grupo de medios electrónicos, estuvo la creación de las cuentas oficiales de Cabildo Verde de Sabana de Torres en las plataformas Facebook y Twitter, dos herramientas virtuales que sirven a las empresas para darlas a conocer y que además, son gratuitas. En ellas se ubica toda la información que Cabildo Verde lleva a cabo en cada uno de los proyectos; su contenido todos los días se actualiza según lo que acontezca.

En la actualidad, gracias a la promoción que la pasante de comunicación hace para la vinculación de los usuarios en cada una de las plataformas, Cabildo Verde cuenta con más de 130 seguidores en Facebook. Varios de ellos, mantienen a través de esta plataforma contacto estrecho con la organización. En la siguiente imagen se observan algunos comentarios hechos por parte del público interno y externo, a cerca de la ONG Cabildo Verde de Sabana de Torres.

Imagen 9. Comentarios en Facebook: público interno y externo.



Fuente: Facebook: Cabildo Verde Sabana de Torres

Comunicaciones externas

Ahora, dentro de la comunicación externa también estuvo la acción de crear y desarrollar diseños nuevos y novedosos que impulsaran la imagen corporativa de Cabildo Verde, a través de un conjunto de medios denominados como masivos (televisión, radio, prensa e internet) y otros como medios o elementos corporativos (conocidos como suvenires: tarjetas, pendones, cachuchas, agendas, lapiceros, brochures, etc.), que permitieron dar conocer las jornadas de socialización de proyectos, campañas, talleres, foros, etc.

Los siguientes, son algunos diseños creados para garantizar el flujo de comunicación externa en la ONG Cabildo Verde de Sabana de Torres:

Imagen 10. Pasacalle Campaña de aparatos electrónicos



Imagen 11. Programación Día Internacional de la Tierra



Imagen 12. Postal Día Mundial de la Bicicleta



Imagen 13. Suvenires



Por otra parte, se establecieron espacios radiales en los que se dio a conocer a la comunidad de Sabana de Torres, información oportuna sobre eventos y campañas realizadas por parte de Cabildo Verde. En estos espacios, se informó a la población sobre la celebración del día de la tierra, el día de la bicicleta y la campaña de residuos electrónicos, a través de cuñas y entrevistas radiales.

Esta última, fue una campaña creada entre el Jefe de la organización y la pasante, la cual se realizó con el fin de incluir en la comunidad el adecuado manejo y disposición final de los Residuos Eléctricos y Electrónicos que albergan en los hogares, colegios y sitios de trabajo.

Para su ejecución, se contó con el apoyo de instituciones como la Corporación Autónoma Regional de Santander, CAS, la Policía Nacional, eco-cómputo y las Unidades Tecnológicas de Santander. La campaña llevó por nombre “Mejora tu ambiente” y tuvo ejecución durante los meses de junio, julio y agosto del presente año.

Así mismo, esta campaña estuvo destinada para ejecutarse en dos fases: la primera etapa de sensibilización y la segunda, de recolección de residuos electrónicos. De este modo, para que su creación fuera efectiva, en ambas etapas se desarrolló una ardua labor hecha barrio a barrio y colegio por colegio, logrando llegar por lo menos al 85% de la población de Sabana de Torres.

Para su promoción, se desarrollaron actividades de comunicación como la elaboración de pasacalle, perifoneo, cuña radial, volantes, entrega de incentivos y

entrevistas a medios de comunicación. A continuación se presenta la tabla con el presupuesto que se contó para la ejecución de estas acciones.

Tabla 6. Presupuesto Campaña de electrónicos

PRESUPUESTO Campaña De Recolección De Residuos Eléctricos Y Electrónicos			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNIDAD	VALOR TOTAL
PASACALLE	1	\$109.620=	\$109.620=
PERIFONEO	5 días	\$300.000=	\$300.000=
CUÑA RADIAL – ELABORACIÓN	1	\$50.000=	\$50.000=
CUÑA RADIAL – TRANSMISIÓN	6 impactos diarios x 10 días	\$10.000=	\$100.000=
INCENTIVO: GORRAS	40	\$7.375=	\$295.000=
INCENTIVO: MANILLAS	450	\$550=	\$247.500=
PRENSA: PERIÓDICO EL SABANERO.	1	\$100.000=	\$100.000=
TOTAL			\$1'202.120=

Añadido a esto, dentro de los eventos que la pasante tuvo participación activa durante su proceso, estuvo la vinculación en la realización del Primer Foro Regional de Educación Ambiental. Este foro se realizó gracias al Convenio de colaboración DHS 5211643 entre Ecopetrol y Cabildo Verde y para su promoción, la pasante se encargó de la elaboración de la imagen central del evento.

De esta manera, desarrolló la creación de pendones, agendas, escarapelas, invitaciones, protocolo y planillas de asistencia. Así como también llevó a cabo todo el manejo de medios de comunicación impresos y televisivos. Los siguientes fueron los diseños que se elaboraron.

Imagen 14. Pendón Foro Regional de Educación Ambiental.



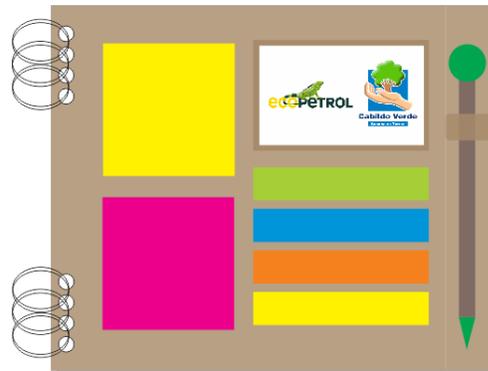
Imagen 15. Escarpela Foro Regional de Educación Ambiental.



Imagen 16. Invitaciones Foro Regional de Educación Ambiental.



Imagen 17. Agendas Foro Regional de Educación Ambiental.



**Rana Venenosa del Magdalena
Dendrobates truncatus**

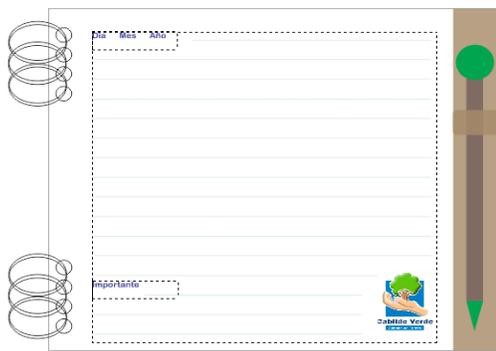
CARACTERÍSTICA
La *Dendrobates truncatus* es una de las ranas más pequeñas del género, con unas dimensiones de aproximadamente 23-30 mm.

ALIMENTACIÓN
Son insectívoras, la dieta de esta especie de rana consiste en hormigas, termitas, escarabajos diminutos, grillos, y otros pequeños insectos y arañas.

HABITAT
Suelen vivir en las bases de las hojas húmedas tropicales de la selva, pero a veces se encuentran en el bosque seco. Esta especie tiene una gran afinidad por el agua, que vive junto a corrientes, lagos, o charcos.

REPRODUCCIÓN
Durante la época de reproducción y apareamiento, los machos de la especie *Dendrobates truncatus* usan sonidos gorjeos, zumbidos, trinos, y zumbidos para conseguir la atención de las hembras. Después de que una hembra escoge a un macho, ella lo sigue a su lugar de cría escogido y acaricia su espalda.
La rana masculina conduce a la hembra a un punto apropiado a depositar sus huevos. En algunos *Dendrobates*, los renacuajos recién incubados se agarran a la espalda del macho. De esta forma, sentando sobre su padre los renacuajos montan a caballo por el bosque en busca de una charca o alguna hoja con agua donde depositarlos.

**Rana Venenosa del Magdalena
Dendrobates truncatus**



Primer Foro Regional de Educación Ambiental
Cabildo Verde de Jibacoa de Torres
Ecopetrol
Fotografía
Fotografía
Fotografía
Fotografía

Calendario ambiental

Enero 28 Día Nacional de la Educación Ambiental	Septiembre 11 Día Nacional de los Movimientos Ambientales
Febrero 02 Día Mundial de las Humedades	Septiembre 16 Día Nacional de la Biodiversidad
Febrero 10 Día Mundial de las Humedades	Septiembre 20 Día Mundial de la Caza de Oso
Marzo 02 Día Mundial del Control Biológico	Diciembre 01 Día del Pensamiento del Agua
Marzo 22 Día Mundial del Agua	Diciembre 05 Día Nacional de los Árboles
Abril 04 Día Mundial del Correo	Diciembre 09 Día Nacional de la Vida
Abril 22 Día Mundial de la Tierra	Diciembre 12 Día Nacional de la Prevención de Desastres
Mayo 01 Día Mundial del Reciclaje	Enero 12 Día Nacional del Árbol
Mayo 05 Día Mundial del Medio Ambiente	Febrero 28 Día Nacional de los Recursos Acuáticos
Junio 05 Día Mundial del Árbol	Febrero 28 Día Mundial contra el Uso Inadecuado de Agrobiocidas
Julio 11 Día Mundial de la Población	Marzo 02 Día Mundial de la Biodiversidad
Agosto 08 Día Mundial contra el uso de las Armas Nucleares	Octubre 17 Día Latinoamericano del Ambiente

Tabla 7. Planilla de asistencia. Foro de Educación Ambiental



CONTROL DE ASISTENCIA
CONVENIO DE COLABORACIÓN DHS 5211643



86

PRIMER FORO REGIONAL DE EDUCACIÓN AMBIENTAL MAGDALENA MEDIO
13 Y 14 DE JUNIO de 2013

NOMBRE	INSTITUCIÓN	TELÉFONO	E-MAIL	FIRMA
Carlos Jairo Blanco	Pozo Nutrias Das	3204955061	cjblanco.v@hotmail.com	[Firma]
Brayan Rodriguez B	Instituto Universitaria P.	3118645987	brayan.rb007@hotmail.com	[Firma]
Fabian Brann Elyve	Habitat Verde	3003618382	1	Fabian Brann
Diana Marcela Mejía A	SECRETARÍA EDUCACIÓN	3162909380	mejia_dianama@hotmail.com	[Firma]
Carlos Eduardo Elyve	Habitat Verde	3115121499		Carlos Eduardo Elyve
Nolva Paola Pique	Telepetroleo	3142975384	lapoparodriguez@hotmail.com	[Firma]
JAYME SWANEZ	Ecopetrol	3125790242	javuc2009@hotmail.com	[Firma]
YIDIRO ESPINOZA	CEB	3123058692	yidiro907@gmail.com	[Firma]
Ricardo Mejia Rincon	Telepetroleo		ricardo.meyrincon@hotmail.com	[Firma]
Gineth Dayana Lopez O.	Cabildo Verde	3184162293	gineth.lopez@cabildoverde.org	[Firma]
Armando Rodriguez	INAFOSA	325765995	armandorodriguez1980@gmail.com	[Firma]
Sandra Florez	Ecopetrol	3208947335	Sandra.florez@ecopetrol.com.co	[Firma]
PEDRO SEVERIN	TU	3178300501	pocara@TVPro.gov	[Firma]

Sumado a todo lo anterior, durante todo el proceso de pasantía (6 meses) se efectuó un registro foto y videográfico de todos los eventos que se realizaron en la organización, con el fin de construir un buen material de archivo y así mismo, reconocer su utilización para divulgar los acontecimientos más importantes de la ONG.

Como cierre de este informe central, se presenta a continuación el presupuesto general aprobado por el Director de Cabildo Verde de Sabana de Torres, como fuente de publicidad e imagen corporativa de la organización.

Tabla 8. Presupuesto general de comunicaciones

PRESUPUESTO GENERAL DE COMUNICACIONES			
ELEMENTO	CANTIDAD	VALOR UNIDAD	VALOR TOTAL
Cámara fotográfica semi-profesional	01	\$700.000=	\$700.000=
Pendón Caza de animales	20	\$19.140=	\$382.400=
Pendón de eventos Cabildo Verde	01	\$62.000=	\$62.000=
Pasacalle Día de la Tierra	01	\$84.000=	\$84.000=
Lapiceros	100	\$1.392=	\$139.200=
Cachuchas	30	\$13.000=	\$390.000=
Rediseño Página Web	01	\$2'223.000=	\$2'223.000=
Videos Publrreportajes	04	\$1'000.000=	\$1'000.000=
Prensa: Periódico La Razón	01	\$300.000=	\$300.000=
TOTAL			\$5'280.600=

Tabla 8. Presupuesto general de comunicaciones (continuidad)

Convenio DHS 5211643 Educación Ambiental			
Agendas Foro Regional de Educación Ambiental	150	\$23.000=	\$3'450.000=
Escarapelas Foro Regional de Educación Ambiental	150	\$1.500=	\$225.000=
Pendón Foro Regional de Educación Ambiental	01	\$71.000=	\$71.000=
Pendón Convenio de Educación Ambiental	01	\$150.000=	\$150.000=
TOTAL			\$3'896.000=
Campaña de Residuos Electrónicos			
Manillas - Campaña de residuos electrónicos	450	\$550=	\$247.500=
Cuña radial (elaboración)- Campaña de residuos electrónicos	01	\$50.000=	\$50.000=
Cuña radial (transmisión)- Campaña de residuos electrónicos	6 impactos diarios x 10 días	\$10.000=	\$100.000=
Perifoneo - Campaña de residuos electrónicos	5 días	\$300.000=	\$300.000=
Gorras - Campaña de residuos electrónicos	40	\$7.000=	\$295.000=
Pasacalle Campaña de residuos electrónicos	01	\$109.620=	\$109.620=
Prensa: Periódico El Sabanero	1	\$100.000=	\$100.000=
TOTAL			\$1'202.120=
TOTAL GLOBAL			10'378.720=

6. CONCLUSIONES

Antes de iniciar el proceso de pasantía en Cabildo Verde de Sabana de Torres, el Director Ejecutivo de la ONG ya había percibido la necesidad de reforzar la comunicación en la organización. Sin embargo, la falta de orientación en el proceso comunicativo lo había limitado en muchas ocasiones para llevar a cabo un correcto manejo de la comunicación corporativa.

La presencia de un profesional en comunicación, les permitió a los miembros de la organización acentuar en la importancia de términos claves como comunicación corporativa, comunicación interna, comunicación externa, marketing relacional, entre otros, basando su desarrollo en la implementación de diversas acciones de comunicación para el posicionamiento de Cabildo Verde de Sabana de Torres entre sus públicos internos y externos.

La respuesta a la incorporación de estos nuevos conceptos fue relativamente positiva, pues ambos públicos lograron identificación alguna con la organización. Los miembros de la ONG, por ejemplo, sentían satisfacción en cada oportunidad que el nombre de Cabildo Verde aparecía en un periódico regional, pues concebían a la organización como un ente significativo para el territorio.

Cada acción ejecutada en la ONG, fue pensada y llevada a cabo con un propósito comunicativo específico, que sirvió como eje principal para articular las actividades con las diferentes organizaciones y medios de comunicación.

Si bien no se elaboró un plan estratégico de comunicaciones debido al desconocimiento inicial de cada uno de los proyectos abordados por la organización, las acciones allí adelantadas permitieron incursionar la comunicación en un área donde no se había implementado antes.

Por su parte, los públicos externos empezaron a sentir la presencia de la entidad más cercana que antes, es decir, más relacional. Cabildo Verde dejó de ser un sólo un nombre para el exterior y empezó a incursionar en el “boom” de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, TICS, haciendo presencia en plataformas virtuales como Facebook y Twitter.

Para ello se crearon y rediseñaron plataformas electrónicas que le permitieron a la organización mantener una comunicación constante con sus públicos

internos y externos. En éstas, los seguidores pudieron (y pueden) enterarse de cada una de las actividades que realiza la ONG, así como también se les permite comentar, preguntar, exponer e interactuar de la forma que deseen sobre cualquier tema que genere vínculo con la entidad.

El hecho claramente no estuvo y no está dentro de la comunicación organizacional, querer únicamente que el logo-símbolo de Cabildo Verde aparezca en un medio de comunicación, sino permitir mostrarle a los miembros de la organización que se pueden lograr muchas más metas sabiendo llegar a los públicos, pues en últimas son ellos quienes posicionan la entidad.

Ahora bien, lo anterior no quiere decir que en Cabildo Verde no se haya generado presencia visual, por el contrario, se implementaron acciones enmarcadas desde un conjunto de medios masivos y medios o elementos corporativos en los que la imagen de la empresa estuvo siempre presente, tanto en el municipio objetivo como en los demás sectores cercanos.

Por otra parte, en cuanto a la relación con los medios de comunicación, se alcanzó el propósito de generar constante divulgación sobre las actividades y proyectos desarrollados en la organización, esto gracias a la construcción de Comunicados de prensa y otras herramientas, que sirvieron como canal de transmisión entre la comunicación interna y la comunicación externa.

El trabajo realizado fue respectivamente valioso, tanto para los miembros de la ONG como para la pasante. A la organización, se le concedió la fuerza comunicativa que le hacía falta a la misma, aportando apoyo a través de la modernización y administración del servicio web; la creación de logos y campañas; asistencia y refuerzo en jornadas ambientales, eventos y actividades lúdico-pedagógicas, entre otras.

La pasantía, por su parte, alcanzó la realización de todos los objetivos propuestos, esperando con ello, que los miembros de Cabildo Verde de Sabana de Torres no abandonen el proceso comunicativo y que por el contrario, den continuidad a este proyecto que ya inició.

7. RECOMENDACIONES

Las empresas, al igual que las personas, por muy grandes o pequeñas que sean deben tener claro cuál es su identidad, cuál es su personalidad, qué es lo que tienen como organización que las distingue y diferencia de los demás.

Resaltar en este aspecto, hace que las empresas sepan con qué cuentan y a qué le apuntan. Por esta razón, Cabildo Verde de Sabana de Torres deberá fortalecerse aún más en este gran componente, ya que, no tiene presente un fundamento claro que la haga individual.

Poseer buenas bases, le permite a cualquier empresa proyectarse más fácilmente hacia un futuro sin tener miedo perder. Cabildo Verde es una organización que todavía está en etapa de crecimiento y que debe propender porque las bases que está construyendo sean lo bastante fuertes para no desestabilizarse.

Es importante no olvidar que los públicos más críticos y exigentes para la organización son precisamente sus miembros, por lo tanto, es necesario mantener la comunicación interna con buenos asientos para que esta no perjudique a la organización.

Por tal motivo, generar espacios coyunturales con los miembros de la organización, es de gran ayuda para la edificación de la comunicación interna, ya que permite a los individuos ser partícipes de cada uno de los proyectos que se adelantan en la organización.

Es importante también recordar que “todo comunica”, todo lo que la organización dice a sus públicos representa un acto comunicativo, se haga esta de forma directa o indirecta. Por consecuente, es vital continuar con la realización de eventos macro, persistir en la correcta utilización de los uniformes que se portan, mejorar la atención al usuario, etc., todo ello, con el fin de permitirle a Cabildo Verde ser generador de buena imagen corporativa.

La mente del cliente o público externo es en últimas a quién le apunta toda organización, pues es este quien califica como buenas o malas todas las actividades que realiza la empresa. Cabildo Verde hasta el momento ha hecho un buen trabajo, pero debe seguir proyectándose cada vez mejor para alcanzar mejores resultados.

BIBLIOGRAFÍA

ALMENARA ALOY, Jaume; ROMEO DELGADO, Marina y ROCA PÉREZ, Xavier. Comunicación interna en la empresa. Editorial UOC. Barcelona. ISBN: 84-9788-159-1.

CAPRIOTTI, Paul. Branding corporativo: Fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa. Santiago, Chile. 2009. Pág. 21. Andros impresores. ISBN 978-956-7459-32-2.

CAPRIOTTI, Paul. COMUNICACIÓN CORPORATIVA: Una estrategia de éxito a corto plazo. Artículo publicado en Reporte C&D – Capacitación y Desarrollo. Argentina. N. 13. Agosto 1999. Pág. 30-33. [Online] Disponible en: [http://bidireccional.net/Blog/Comunicacion Corporativa 1.pdf](http://bidireccional.net/Blog/Comunicacion%20Corporativa%201.pdf) Fecha de consulta: Julio 12 de 2013.

CAPRIOTTI, Paul. Planificación estratégica de la Imagen Corporativa. 4º Edición. Pág. 11. Málaga, España. Febrero 2013. Edición Ariel. Instituto de investigación en Relaciones Públicas. Obra de acceso gratuito. [Online]. Disponible en [http://www.bidireccional.net/Blog/PEIC 4ed.pdf](http://www.bidireccional.net/Blog/PEIC%204ed.pdf) Fecha de consulta: Marzo 09 de 2013.

COSTA, Joan. Grupo de Investigación Lenguaje Visual y Diseño Aplicado. Boletín académico – Científico de Información y Desarrollo en el Ámbito Hispano/Italiano/Portugués. Sumario N° 06. Universidad de Málaga. Abril de 2006. ISSN 1989-3183. [Online]. Disponible en: <http://www.disenio.uma.es/ddisenio/ddisenio-6/documento6.htm> Fecha de consulta: Julio 12 de 2013.

MESÍAS VELASCO, Luis Antonio. Desarrollo de imagen corporativa de las empresas afiliadas al CDP: Confección Santander. Universidad de Santander. Facultad de Mercadeo y Publicidad. ISBN: 978-958-8118-69-7.

MORALES SERRANO, Francisca. Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional. Capítulo 7: La Comunicación Interna: Herramienta estratégica de gestión para las empresas. Gestión 2000. Barcelona (2001).

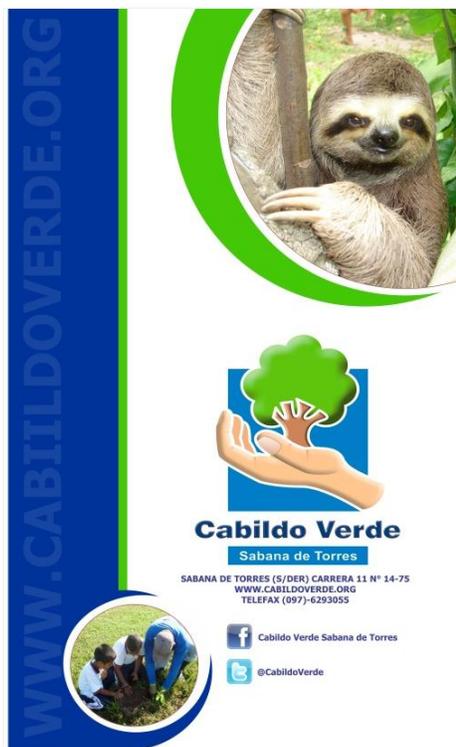
PORTILLO RÍOS, Rixio Gerardo. La comunicación externa en universidades privadas con estudios a distancia en pregrado. Razón y palabra. Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación. Importancia de la comunicación y sus interfaces con los desafíos ambientales. Número 79 mayo - julio 2012. [Online]. Disponible en: [http://www.razonypalabra.org.mx/N/N79/V79/59 Portillo V79.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N79/V79/59%20Portillo%20V79.pdf) Fecha de consulta: Julio 22 de 2013.

REINARES, Pedro y PONZOA José. Marketing Relacional: Un nuevo enfoque para la seducción y fidelización del cliente. 2da Edición. Pág. 19. Editorial Prentice Hall Financial Times. Madrid, 2006.

WATZLAWICK, Paul; HELMICK BEAVIN, Janet y JACKSON, Don D. Versión castellana: Teoría de la comunicación humana: Interacciones, patologías y paradojas. Capítulo 2: Algunos axiomas exploratorios de la comunicación. Editorial Herder S.A. Barcelona 1985. ISBN 34-254-1205-6

ANEXOS

Anexo A. Pendón de eventos Cabildo Verde



Anexo B. Bono Día Internacional de la Tierra



Anexo C. Pasacalle Día Internacional de la Tierra



Anexo D. Pendón para Convenio de Colaboración DHS 5211643.



Anexo E. Pendón Caza Ilegal de Fauna Silvestre.



Anexo F. Tarjeta de cumpleaños



Anexo G. Portafolio de servicios Cabildo Verde de Sabana de Torres

**Reserva Natural
Cabildo Verde de
Sabana de Torres**

Cabildo Verde
SABANA DE TORRES (S/DER) CARRERA 11 N° 14-75
WWW.CABILDOVERDE.ORG
TEL/FAX (097) 6293055
JAMES ANKER HUELLO OSORIO
Director Ejecutivo
james.murillo@cabildoverde.org
cabildoverde@cabildoverde.org

Cabildo Verde Sabana de Torres
@CabildoVerde

WWW.CABILDOVERDE.ORG

Nuestros servicios

¿QUIÉNES SOMOS?
CABILDO VERDE DE SABANA DE TORRES es una organización comunitaria, de derecho privado, sin ánimo de lucro, organizada de acuerdo al Título XXXVI del libro I del Código Civil Colombiano, y conforme a los Decretos Ley 829 de 1984 y 1356 de 1985. Constituida mediante Decreto público el 26 de febrero de 1989 y reconocida jurídicamente mediante resolución Q03 del 7 de septiembre de 1989 del Ministerio de Agricultura. Esta organización se ha vinculado éticamente a los procesos de planificación del Magdalena Medio, generando nuevas dinámicas ambientales relacionadas con la protección de los bosques, la fauna y la educación ambiental.

MISIÓN
Propender por el buen uso de los recursos naturales, producir, proveer y divulgar información biofísica y social en apoyo a los procesos de planificación y desarrollo regional. Gestionar recursos para la protección, recuperación e investigación de los ecosistemas estratégicos, la biodiversidad y la cultura del Magdalena Medio.

VISIÓN
Consolidamos como una entidad ambiental regional, protectora de la biodiversidad y las fuentes hídricas, proveedora de información territorial de alta calidad, necesaria para la planificación y desarrollo de la región.

CERTIFICACIÓN
Certificados por la Norma OHSAS 18001:2007 para Reforestación y Manejo de Fauna Silvestre, Consultoría Ambiental, Educación Ambiental, Mantenimiento de zonas verdes en espacios públicos, Suministro de Material Vegetal, viveros y semillas.

VIVERO FORESTAL
Producción de material vegetal. Se realiza la producción de plántulas forestales en dos sistemas: En bolsa, sistema tradicional y en bandeja de riego dirigida. Identificación taxonómica, escudeteo y marcaje de árboles, recolección de semillas y rescate de plántulas de especies pioneras, de bosques secundarios y maduros.

OBRAS CIVILES Y AMBIENTALES
Diseños arquitectónicos, paisajísticos y de saneamientos - Desarrollo de obras civiles ornamentales - Recuperación de espacios públicos - Diseño y restauración de parques y zonas verdes - Desarrollo de obras de saneamiento ambiental y de infraestructura de servicios.

DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE SISTEMAS AGROFORESTALES Y SILVOPASTORILES
Diseño, capa citación, gestión e implementación de procesos y proyectos productivos, agroforestales y de manejo sostenible, con énfasis en la protección ambiental.

ORDENACIÓN DEL TERRITORIO Y SISTEMAS DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA
Cartografía - Estratigrafía - Identificación y especialización de áreas naturales - Ordenación de espacios rurales, urbanos, cuencas hidrográficas y planificación de fincas - Planificación territorial a diversas escalas - Aplicativos SIG de búsqueda - Monitoreo GPS - Fotogrametría digital - Inclusión de la biodiversidad en los POTs, POMCAS y EOTs.

SENSIBILIZACIÓN Y EDUCACIÓN PARA LA PROMOCIÓN AMBIENTAL
Formulación e implementación de acciones de sensibilización, capacitación y de cultura ambiental con énfasis en conservación de la biodiversidad y reconocimiento de las riquezas naturales autóctonas.

MANEJO DE FAUNA SILVESTRE, CARACTERIZACIÓN Y MONITOREO DE LA BIODIVERSIDAD
Manejo de fauna silvestre - Caracterización e investigación sobre biodiversidad - Monitoreo de fauna acuática y terrestre - Rescate y relocalización de fauna silvestre - Planes de manejo de especies y sus hábitats naturales.

Anexo H. Manilla Campaña de Residuos Eléctricos y Electrónicos

Si no lo usas, dónalo. Si no te sirve, tráelo. Dale la mano al planeta. ¡Recicla!

Campaña de Recolección de Residuos ELÉCTRICOS Y ELECTRÓNICOS

Anexo I. Registro fotográfico

<p>1. Jornada de limpieza a parques de Sabana de Torres.</p>	<p>2. Campaña de residuos eléctricos y electrónicos.</p>
	
<p>3. Desfile Día Internacional de la Tierra.</p>	<p>4. Foro Regional de Educación Ambiental Magdalena Medio.</p>
	
<p>5. Reinauguración Parque Los Fundadores de Sabana de Torres.</p>	<p>6. Contaminación de Río Lebrija. Área: Vereda Provincia.</p>
	

7. Convenio de colaboración para proyecto de Jardines y sardineles.



8. Siembra de árboles: Colegio Nuevo Gandhi.



9. Visitas a escuelas Proyecto de Educación Ambiental Escolar, PRAES.



10. Visita de alumnos de la Universidad Pontificia Bolivariana, a la Reserva Natural de Cabildo Verde.



11. Entrevista a medios de comunicación.



12. Fauna en recuperación.



Anexo J. Registro videográfico.

Anexo K. Cuñas radiales

Anexo L. Comunicados de Prensa. (Pdf.)

Anexo M. Documentos Campaña de electrónicos. (Pdf.)

Anexo N. Presencia en medios de comunicación.