

Universidad Tecnológica de El Salvador

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
TÉCNICO EN RELACIONES PÚBLICAS**



**LAS RELACIONES PÚBLICAS INTERNACIONALES EN EL MANEJO DE
IMAGEN DE ORGANIZACIONES DE COOPERACION**

TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:

**Mayra Janeth Bernal Cornejo
Germán Alberto Calixto Flores
Rodolfo Ernesto Martínez Amaya**

PARA OPTAR AL GRADO DE:

Técnico en Relaciones Públicas

ABRIL, 2018

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA

AUTORIDADES ACADÉMICAS

ING. NELSON ZARATE SÁNCHEZ

RECTOR

LIC. JOSÉ MODESTO VENTURA ROMERO

VICERRECTOR ACADÉMICO

LICDA. ARELY VILLALTA DE PARADA

DECANA

JURADO EXAMINADOR

LIC. RAFEAL ORLANDO APARICIO PACHECO

PRESIDENTE

LIC. WILBER EVENOR GÓMEZ RIVAS

PRIMER VOCAL

LICDA. HEYDI CORALIA CUELLAR DE ALBERTO

SEGUNDO VOCAL

ABRIL, 2018

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA



ACTA DE EXAMEN PROFESIONAL

HABIÉNDOSE REUNIDO EL JURADO CALIFICADOR INTEGRADO POR:
Lic. Rafael Orlando Aparicio Pacheco, Licda. Heydi Coralia Cuellar de Alberto, Lic. Wilber Evenor Gómez Rivas, a las 6:30a.m. del día Viernes, 1 de Diciembre de dos mil diecisiete.
Y LUEGO DE HABER DELIBERADO SOBRE EL EXAMEN PROFESIONAL DE LOS ALUMNOS:

- | | |
|--|---------------------|
| 1. <u>Mayra Janeth Bernal Cornejo</u> | Carnet 09-4603-2008 |
| 2. <u>Rodolfo Ernesto Martínez Amaya</u> | Carnet 09-0578-2008 |
| 3. <u>German Alberto Calixto Flores</u> | Carnet 09-4263-1998 |

QUIEN PRESENTÓ DEFENSA DE SU TRABAJO DE GRADUACION TITULADO:
"Las relaciones públicas internacionales en el manejo de imagen de organizaciones de cooperación"

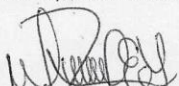
PARA OPTAR AL GRADO DE:

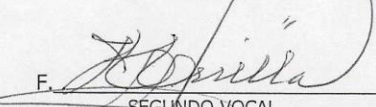
TÉCNICO EN RELACIONES PÚBLICAS

Y DEL CUAL TAMBIEN EVALUARON LOS CONOCIMIENTOS RELACIONADOS CON EL TEMA DEL MISMO, POR LO QUE ESTE JURADO RESUELVE DECLARAR EL EXAMEN COMO:

Aprobado
YA QUE CUMPLE CON LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN EL REGLAMENTO DE GRADUACION DE LA UNIVERSIDAD.

San Salvador, 1 de Diciembre de dos mil diecisiete.

F. 
PRIMER VOCAL
Lic. Wilber Evenor Gómez Rivas

F. 
SEGUNDO VOCAL
Licda. Heydi Coralia Cuellar de Alberto

F. 
PRESIDENTE DEL JURADO
Lic. Rafael Orlando Aparicio Pacheco

Índice	N° de página
Introducción	i
Capítulo I	
Planteamiento del Problema	1
<i>1.1 Antecedentes</i>	1
<i>1.2 Planteamiento del Problema</i>	4
<i>1.3 Objetivos de la Investigación</i>	6
<i>1.3.1 Objetivo general</i>	6
<i>1.3.2 Objetivos específicos</i>	6
<i>1.4 Justificación</i>	7
<i>1.5 Alcances</i>	8
<i>1.6 Limitaciones</i>	8
Capítulo II	
Marco Teórico	9
<i>2.1 Marco Histórico</i>	9
<i>2.1.1 Las relaciones públicas en la antigüedad</i>	9
<i>2.1.2 Relaciones Públicas en El Salvador</i>	10
<i>2.2 Marco Conceptual</i>	10
<i>2.2.1 Conceptos de relaciones públicas</i>	12
<i>2.2.2 Acciones de las relaciones públicas</i>	15
<i>2.2.3 Comité Salvadoreño El Piche</i>	17
<i>2.2.4 Proyectos</i>	18
<i>2.3 Marco Jurídico</i>	22
Capítulo III	
Metodología	23
<i>3.1 Métodos de Investigación</i>	24
<i>3.1.1 Método cuantitativo</i>	24
<i>3.2 Población y Muestra</i>	25
<i>3.2.1 Determinación del universo y la muestra</i>	25
<i>3.2.1.1 Universo o población</i>	25
<i>3.2.1.2 Muestra</i>	25
<i>3.3 Técnicas e Instrumentos</i>	26
<i>3.3.1 La encuesta</i>	27
<i>3.3.2 La entrevista</i>	27
<i>3.4 Procedimiento para Recolectar la Información</i>	27

Índice	N° de página
Capítulo IV	
Análisis de resultados	29
<i>4.1 Principales Hallazgos.</i>	30
<i>4.2 Presentación de los Resultados Método Cuantitativo</i>	33
<i>4.3 Presentación de Entrevistas</i>	43
<i>4.3.1 Entrevista a los Coroneles Fuentes Velarde</i>	43
<i>4.3.2 Entrevistas con el Coronel. Jorge Fuentes Velarde</i>	47
<i>4.3.3 Entrevista con el Señor Enot Rubio</i>	48
Capítulo V	
Conclusiones y recomendaciones	52
<i>5.1 Conclusiones</i>	52
<i>5.2 Recomendaciones</i>	53
<i>5.3 Análisis para Mostrar las Deficiencias del Sitio “elpiche.org” y Proponemos Diversas Soluciones de Acuerdo a la Usabilidad de Éste</i>	56
<i>5.3.1 Experiencia</i>	56
<i>5.3.2 Problemas y recomendaciones</i>	56
<i>5.4 Propuesta de Relaciones Públicas a través de la Contratación de un Profesional en Relaciones Públicas.</i>	59
<i>5.4.1 Perfil del relacionista público</i>	60
<i>5.4.2 Actividades específicas del relacionista público.</i>	63
<i>5.4.3 Campo ocupacional del relacionista público.</i>	65
<i>5.4.4 Valores del relacionista público:</i>	65
<i>5.4.5 Estrategias del perfil del profesional:</i>	66
Referencias	70
Anexos	72
<i>Anexo 1. Cuestionario para recopilación de información</i>	72
<i>Anexo 2. Galería fotográfica de entrevistas</i>	73
<i>Anexo 3. Resumen informativo relacionado al Comité Salvadoreño El Piche</i>	74
<i>Anexo. 4 Glosario</i>	76

Introducción

El trabajo investigativo tiene como fin mostrar la importancia de las Relaciones Públicas Internacionales en las agencias de cooperación para mejorar la imagen de las mismas y la importancia de implementar una estrategia que contribuya a la captación de fondos para financiamiento de programas sociales que beneficien a la población salvadoreña.

En el capítulo I se desarrolla el planteamiento del problema definiendo los antecedentes de las Organizaciones sin Fines de Lucro ONG's, los objetivos, la justificación de la investigación, los alcances y las limitaciones que se presentan para el buen desarrollo del informe.

Continuando en el capítulo II encontraremos el Marco Teórico que reúne toda la información del caso específico que es Comité Salvadoreño El Piche, además de reforzar la investigación con el Marco Conceptual donde se exponen definiciones como Relaciones Públicas, Estrategias de Relaciones Públicas, Publicity, Lobby, entre otras, además de definir las acciones de las RRPP y finalmente la descripción de algunos de los proyectos de la fundación.

El capítulo III contiene la metodología a aplicar en la investigación donde se manifiesta las limitantes que se obtuvieron para la recolección de información y los pasos a seguir para obtener la misma, además de los instrumentos a utilizar.

Continuando con el capítulo IV se presentan los resultados obtenidos de la metodología aplicable para lo cual se utilizó tanto el instrumento del cuestionario como el de la entrevista no estructurada, además de las gráficas, hallazgos y análisis de las mismas.

El presente trabajo se realiza con la idea de contribuir a mejorar la divulgación de los proyectos que realiza el Comité Salvadoreño El Piche, para lo cual se presenta como propuesta la contratación de un publicirrelacionista que le contribuya localmente a la divulgación de información y mejora continua de sus proyectos, esta propuesta abarca desde la creación de una oficina de Relaciones Públicas y Comunicaciones hasta la contratación del profesional antes citado, como también la opción de realizar convenios con universidades y brindar la oportunidad a estudiantes de realizar su año social, es importante mencionar que el perfil del profesional tiene que adecuarse a conocimientos online.

Capítulo I

Planteamiento del Problema

1.1 Antecedentes

¹Las Organizaciones No Gubernamentales ONG's; son entidades de iniciativa social con fines humanitarios, son independientes de la administración pública y no tienen un afán lucrativo; su fin es beneficiar a la población menos favorecida dentro de una determinada región poniendo al alcance de estas servicios básicos como la salud, vivienda, agua entre otros a través de la ejecución de diferentes programas sociales.

Las organizaciones no gubernamentales (ONG's), han estado presente en los asuntos internacionales desde la mitad del siglo XIX, un ejemplo de esto se encuentra en el año de 1840, donde se reunió la convención mundial contra la esclavitud, provocando la movilización internacional para acabar con el comercio de esclavos. En 1863 fue creada la más conocida y antigua ONG, la cual beneficia a la población a nivel mundial, conocida como Cruz Roja Internacional.

En 1945, luego de la segunda guerra mundial cuando el mundo se encontraba devastado; países como Japón, Francia, Reino Unido, Italia, Alemania en conjunto con el Fondo Monetario Internacional (FMI); fundan el Banco Mundial (BM) con el propósito de levantar las economías y reconstruir infraestructura de países europeos, para lo cual se crearon organizaciones civiles las cuales se fortalecieron con metodología de financiamiento y trabajo, creando así el modelo de las ONG's.

¹ Realidad – Económico Social (1993), Organizaciones no Gubernamentales y Sociedad Civil El Salvador, Oscar Morales Velado, recuperado de: Revista Realidad N° 31 Universidad Centroamericana José Simeón Cañas UCA. Consulta 23 de agosto 2017.

²En El Salvador las organizaciones no gubernamentales ONG's, nacieron entre los años de 1950 y 1955, con el propósito de mejorar las condiciones y calidad de vida del ser humano, tanto en su vida como su entorno, en los años 60, las áreas de acción de éstas se enfocaban en los servicios de salud, asistencia social, modernización de la agricultura y promoción de la cultura.

En la actualidad la mayor parte de las ONG's que operan en el país, iniciaron sus actividades posteriormente a la guerra civil vivida en los años 80, a pesar que los orígenes de estas datan desde los años 50, los doce años de guerra impidieron que dichas organizaciones siguieran creciendo ya que en este periodo las ONG's, que son organizaciones civiles tendían a ser vistas como parte del levantamiento del pueblo contra el Gobierno, disminuyendo la operatividad de las mismas.

La experiencia de la guerra vivida por los salvadoreños y observada a través de los medios de comunicación fuera de las fronteras, permitió que personas extranjeras y emigrantes salvadoreños, tomaran conciencia de las problemáticas que aquejaban a la población, y decidieran apoyar a personas de escasos recursos o comunidades específicas llevando bienestar a través de algunas áreas de influencia como: la protección de los derechos humanos de hombres y mujeres, el desarrollo social y profesional, apoyo al emprendimiento entre otras. Dicho de otra manera existen cantidad de ONG'S y están enfocadas a diferentes rubros.

² Capítulo I: Marco Teórico. A. Evolución Histórica de las ONG'S, recuperado de Universidad Tecnológica de El Salvador. Consulta 23 de agosto de 2017

³ Bajo esta línea de trabajo y colaboración con la población, nace en 1995, el Comité Salvadoreño El Piche, con el propósito de contribuir con asistencia humanitaria a El Salvador, México, Guatemala, Nicaragua, Honduras y los Estados Unidos.

Comité Salvadoreño El Piche inició su trabajo en El Salvador, después de la guerra civil que duro 12 años que cobró más de 75,000 vidas entre los años de 1980 y 1992. En los años subsiguientes, El Salvador se enfrentó a la destrucción que dejó el paso del huracán Mitch en 1997, la devastación de dos terremotos en 2001, huracán Stan en 2005 y el huracán Ida en 2009.

El señor Enot Rubio, presidente del Comité Salvadoreño El Piche abandonó su tierra natal no para olvidar sus raíces, ni para alejarse maliciosamente del ambiente de campo que lo vio crecer hasta los 17 años. Por el contrario se fue con la idea de superarse y así lo hizo. Ahora tras más de 22 años de permanecer en Los Ángeles, California, Estados Unidos, ha logrado en el departamento de La Unión en su querido cantón El Piche, del municipio de El Carmen y en otros municipios del país, se realizara la construcción de dos centros comunitarios, tres clínicas médicas, un centro recreacional, ciento cuarenta y cuatro viviendas permanentes, la pavimentación de una carretera de nueve kilómetros de largo, el equipamiento de tres centros de cómputo y también la distribución de agua potable en dos comunidades. Estas obras son producto de la gestión y ejecución de proyectos que han impactado positivamente en la calidad de vida de muchas comunidades salvadoreñas. Cumpliendo de esta manera la misión que tiene el Comité Salvadoreño El Piche, de estar dedicado a apoyar a la comunidad, la

³ Página Web del Comité Salvadoreño El Piche, Consultado desde julio hasta 23 de agosto 2017

niñez, la juventud, la salud y la educación, a través del apoyo, la promoción social y actividades culturales, dentro de Estados Unidos y en El Salvador.

1.2 Planteamiento del Problema

El contexto mundial desafía a las organizaciones no gubernamentales por la cada vez más escasa y competitiva gestión de fondos para desarrollar proyectos; lo que lleva a éstas a innovar en cuanto a sus estrategias de relaciones públicas con el objetivo de mostrar a los potenciales donantes el impacto y beneficio social de sus contribuciones, en las personas de escasos recursos.

El Comité Salvadoreño El Piche, después de 22 años de existencia está considerando renovar su estrategia de coordinación y relaciones públicas con los diferentes donantes que a la fecha ha logrado fidelizar, ha evaluado también la importancia de renovar y atraer a nuevas fuentes de financiamiento y personas voluntarias tanto en Estados Unidos de América como en El Salvador con el objetivo de seguir contribuyendo al desarrollo y bienestar de las personas en condición de vulnerabilidad en El Salvador y otros países priorizados.

El comité para poder desarrollar un proyecto primero prepara el perfil, recauda los fondos y posteriormente para la ejecución de éste le requiere a su equipo de trabajo trasladarse desde Estados Unidos de América a El Salvador para el seguimiento, supervisión e inauguración de la obra.

A pesar de los numerosos proyectos que ha ejecutado; éste es poco reconocido tanto a nivel nacional como internacional, lo cual se debe a la mínima cobertura y divulgación a través de los diferentes medios de comunicación (radial, televisivo y

escrito), así como las redes sociales de las obras que se realizan ya sean en El Salvador o fuera de sus fronteras, lo cual no le permite tener un mejor posicionamiento a nivel nacional e internacional, por ello es necesario contar con una oficina en El Salvador que implemente una estrategia de relaciones públicas que genere presencia en el ámbito nacional con impacto en el exterior, permitiendo crear una base más sólida de comprensión, credibilidad y confianza a través de la persuasión por medio de la divulgación de los proyectos esto permitirá la visualización de las obras para con los donantes y voluntarios, garantizando de esta manera el apoyo y la credibilidad dada a conocer por terceros (los medios de comunicación).

Esta reflexión lleva a pensar al equipo investigador a formular la siguiente pregunta: ¿Qué necesita el Comité Salvadoreño El Piche para posicionarse a nivel nacional e internacional?

En atención a lo anterior, se ha identificado dentro de las necesidades crear una oficina en El Salvador, la cual posea un departamento de Relación Públicas y Comunicaciones que les permita visibilizar o socializar el trabajo del Comité Salvadoreño El Piche a lo largo y ancho del territorio nacional e internacional, facilitando de esta manera que se incremente la cantidad de donantes y voluntarios dentro del territorio nacional que participen activamente cuando se les requiera para ejecutar un determinado proyecto, además esta oficina se encargaría de gestionar los recursos, supervisar la implementación de los mismos y registrar el impacto de las intervenciones del comité en las comunidades.

1.3 Objetivos de la Investigación

1.3.1 Objetivo general.

Crear una estrategia de relaciones públicas internacionales que permita al Comité Salvadoreño El Piche, visibilizar y posicionar a nivel nacional como una ONG dinámica y transparente en el apoyo a las comunidades ante las problemáticas sociales.

1.3.2 Objetivos específicos.

Identificar los recursos (humanos y materiales) con los que cuenta El Comité Salvadoreño El Piche, para divulgar la información de los proyectos que desarrollan.

Analizar el contenido informativo que el Comité Salvadoreño El Piche, proporciona a la población mediante los diferentes medios de comunicación nacional y redes sociales.

Identificar las instituciones de gobierno con las que El Comité Salvadoreño El Piche puede establecer relaciones para agilizar la ejecución de los proyectos.

Describir detalladamente las acciones que favorezcan la credibilidad social y los propósitos de mejora continua en la gestión de donantes del Comité Salvadoreño El Piche como proveedor de asistencia humanitaria.

Determinar el tipo de comunicación que utilizan actualmente para darse a conocer tanto los miembros que apoyan al Comité Salvadoreño El Piche como Don Enot Rubio fundador.

1.4 Justificación

En la actualidad, aún existen a lo largo del territorio nacional, muchas comunidades que viven aisladas del apoyo del gobierno central y municipales para poder llevar a cabo proyectos que permitan a sus habitantes desarrollarse con una mejor calidad de vida y de oportunidades, algunas de estas comunidades carecen de más de uno de los servicios básicos para sobrevivir, como lo son: acceso al agua potable, acceso a la salud (a través de clínicas comunales), vivienda digna entre otros, carencias las cuales desde los años 50, han tratado de ser minimizadas por las diversas Organizaciones No Gubernamentales que operan en el país, las cuales en su mayoría perciben desde el exterior los recursos económicos que utilizan para llevar a cabo su labor; una de estas ONG´s, es El Comité Salvadoreño El Piche el cual tiene un radio de acción desde el Cantón El Piche a comunidades en países centroamericanos, bajo la dirección de don Enot Rubio, quien reside en los Estados Unidos de América desde donde desarrolla la ardua labor de gestionar y canalizar las ayudas económicas para la ejecución de proyectos que serán de beneficio en las comunidades, actualmente en El Salvador no se cuenta con presencia física (oficina) del Comité, lo cual limita al mismo para que personas que quisieran formar parte de éste ya sea contribuyendo con voluntariado o de manera económico puedan lograrlo fácilmente ya que todo se coordina desde el exterior, lugar de residencia de Don Enot, esto en cierta medida genera desmotivación o pérdida de interés a estas personas; en este sentido se convierte en un asunto de vital importancia que dicho comité cuente con una oficina en el territorio nacional la cual a través de una estrategia de relaciones públicas le permita mejorar el

posicionamiento a nivel nacional e internacional, apoyados en la divulgación lo cual permitirá incrementar la cantidad de personas deseosas de involucrarse en las labores ya sean estos donantes nacionales o extranjeros o como voluntarios. De esta manera surge la interrogante ¿Cuáles son las estrategias que utiliza el Comité Salvadoreño El Piche; para darse a conocer ante la población a nivel nacional e internacional como una ONG, comprometida con el desarrollo de las comunidades menos favorecidas del territorio nacional?

1.5 Alcances

Los alcances, indican con precisión qué se puede esperar o cuáles aspectos se alcanzan. Este trabajo de investigación tiene como alcance la creación de una oficina para el Comité Salvadoreño El Piche, con sede en El Salvador que le permita desarrollar una estrategia de Relaciones Públicas con el objetivo visibilizar y socializar a nivel nacional las actividades y proyectos realizados así como dar a conocer sus necesidades, logrando un mejor posicionamiento de dicho comité y atrayendo donantes que contribuyan en su labor social.

1.6 Limitaciones

Las limitaciones son fronteras hasta donde llegan las aspiraciones de la investigación en este sentido una de las limitantes que se presenta para esta investigación es obtener información sobre los donantes con los cuales cuenta el comité Salvadoreño El Piche, residen fuera del territorio nacional. La carencia de información actualizada sobre el comité por no tener una oficina local en El Salvador que gestione o de seguimiento a los proyectos que realiza la organización.

Capítulo II

Marco Teórico

2.1 Marco Histórico

2.1.1 Las Relaciones públicas en la antigüedad

⁴ Desde la antigüedad las relaciones públicas han ayudado a los seres humanos, ya sea para beneficio personal o bien comunitario; en la antigua Grecia para persuadir a la población se utilizaba el teatro. Los romanos introdujeron dos vocablos muy importantes y propios de las relaciones públicas: la República que significa cosa pública y la Vox Populi, voz del pueblo. En el renacimiento se conoció la libre expresión y el intercambio de ideas que dieron gran impulso a esta profesión, la cual surgió en los Estados Unidos en el siglo XIX, ante la necesidad que tenían los empresarios en ese momento de asesoramiento en cuanto a las relaciones con el público.

En 1950 se crearon diversas asociaciones en los países de Grecia, Bélgica, Suiza, Italia y España entre otros, el 1° de mayo de 1955, se fundó y estableció formalmente la Asociación Internacional de Relaciones Públicas, por sus siglas en inglés, (IPRA), bajo la idea de organizar profesionales de relaciones públicas en una sociedad transnacional, con el objetivo de elevar los estándares de las relaciones publicas en todo el mundo, mejorando la calidad de los profesionales de este ramo. Para el 2001, la Licenciada en Relaciones Públicas e Institucionales de la Universidad de Argentina la Empresa UADE; Natalia Martini, crea el primer portal de internet asociado a las relaciones públicas,

⁴Tomado del sitio web:
es.wikipedia.org/wiki/Relaciones_p%C3%BAblicas#Historia_de_las_Relaciones_P.C3.BAblicas consultado el 17/09/2017.

RRPP Net, sitio que fomenta intercambio entre los profesionales promoviendo el conocimiento de dicha materia a nivel mundial.

2.1.2 Relaciones públicas en El Salvador

En El Salvador para la década de los setenta se empezó a hablar de relaciones públicas de una manera no tan seria como se hace en la actualidad ya que no se contaba con el conocimiento académico de dicha área, los primeros en contar con departamentos de relaciones públicas fueron los gobiernos. En febrero de 1972 se fundó la Asociación Salvadoreña de Relaciones Públicas (ASER), esta se encargaba de hacer columnas informativas en La Prensa Gráfica, esta asociación desapareció debido a diferencias entre las personas que le conformaban. Para 1998 las empresas privadas incorporaron en su estructura organizacional el departamento de Relaciones Publicas, entre ellas se puede mencionar a La Constancia; La Prensa Gráfica; Hotel Sheraton Presidente; etc.

2.2 Marco Conceptual.

En la actualidad las Relaciones Públicas son el pilar fundamental de todas las entidades gubernamentales, privadas y organizaciones sin fines de lucro, para lograr un buen funcionamiento y aceptación por parte de la población; estas ayudan a mantener, potenciar, crear o recuperar la credibilidad de las mismas.

En el país existen varias agencias que se encargan de prestar servicios para el manejo de las relaciones públicas a las empresas u organizaciones que no poseen un departamento que se encargue de esta actividad algunas de ellas son: Porter Novelli, Estrategia, Agencia Gibenson Siman, AGA & Asociados Consultores en Comunicación entre otras.

Las relaciones públicas trabajan con diversos intangibles entre los cuales se puede mencionar:

Identidad: que es el ser de la organización lo que le caracteriza y diferencia del resto de las organizaciones.

Filosofía: Trabaja el objetivo de la organización y el modo de llegar a él, establece el beneficio de la organización para con el público el cual se denomina misión, crea los valores que son los que rigen a la organización y lo más importante la visión que es a dónde quiere llegar la organización.

Cultura: es el proceder o modo de actuar de la organización en su conjunto tiene una fuerte relación con los valores y el modo de orientar la actuación de la organización.

⁵**Imagen:** se refiere a lo que es la organización, su esencia, su alma, lo que la caracteriza de las demás y la hace distinta, la entidad se determina por la trayectoria y la cultura de la propia organización y son los públicos de interés los que mantiene la imagen y crean a lo largo del tiempo la reputación corporativa, sin embargo esto solo se logra de acuerdo a la percepción de los Stakeholder y es ahí donde la imagen no puede ser controlada al máximo por la organización dependerá de la calidad de sus servicios.

Reputación: es el conjunto de percepciones que tienen sobre la entidad los diversos grupos de interés con los que se relacionan tanto internos como externos, el adecuado mantenimiento de la imagen genera reputación.

⁵ Tomado del sitio web: repositorio.unican.es/xmlui/handle/10902/6461, consultado el 18/09/17” Tesis Las Relaciones Públicas y la Imagen Corporativa por: Rafael García Roblado

2.2.1 Conceptos de relaciones públicas

Para los Hermanos Barquero en El Libro de Oro de las Relaciones Públicas plantean la siguiente definición “ *Es la ciencia que va orientada a conseguir la credibilidad y confianza de los públicos mediante gestiones personales, utilizando diversas técnicas de difusión y propagación, informando a tiempo y en el momento oportuno*”.

En cambio para Marston en el Libro Relaciones Públicas Modernas, manifiesta: “*lo difícil que es definir las RRPP, tanto como la religión o la educación y que para cada individuo existe una manera diferente de definirla, sin embargo manifiesta que “son la comunicación planificada y persuasiva destinada a influir sobre un público considerable*”.

⁶ Otra definición: “*Las relaciones públicas son la ciencia que se ocupa de gestionar la comunicación entre una organización determinada y la sociedad, con el objetivo de constituir y administrar su imagen positiva entre el público*”.

También, se recoge que las relaciones públicas son un conjunto de acciones de comunicación estratégica, coordinadas y sostenidas a lo largo del tiempo, que tiene como objetivo fortalecer los vínculos con los distintos públicos, tomando acciones como escuchar, informar y persuadirles esto contribuirá a mejorar sosteniblemente la imagen corporativa.

⁶ Tomado del sitio web: www.definicionabc.com, consultado el 17/09/2017

Otro conceptos que *"Las RRPP constituyen la función administrativa que avalúa las actitudes del público, identifica las políticas y los procedimientos de una organización con el interés público, y ejecuta un programa de acción y comunicación para generar la comprensión y la aceptación del público"* tercera edición del Webster's New International Dictionary.

Para Stanton, Walker y Etzel, definen las relaciones públicas como *"una herramienta de administración destinada a influir favorablemente en las actitudes hacia la organización, sus productos y sus políticas"*. En cambio para Natalia Martini (1998) dice que *"Las Relaciones Publicas son un conjunto de acciones de comunicación estratégica coordinadas y sostenidas a lo largo del tiempo, que tienen como principal objetivo fortalecer los vínculos con los distintos públicos, escuchándolos, informándolos y persuadiéndolos para lograr consenso, fidelidad y apoyo de los mismos en acciones presentes y/o futuras"*.

Así mismo para los autores Scott Cutlip y Allen Conter (1999) aportan que *" Las Relaciones Públicas son el esfuerzo planeado para influenciar la opinión mediante el buen carácter y la ejecución responsable, basados en una comunicación de dos direcciones mutuamente satisfactorias"*

"Las relaciones públicas son un proceso de comunicación estratégica que desarrolla y mantiene relaciones mutuamente beneficiosas entre las organizaciones y sus públicos claves".

Todas estas definiciones llevan a la misma visión que es fortalecer la imagen de la organización y persuadir a los públicos de interés para que estas se mantengan a lo largo del tiempo en la mente de los consumidores.

Otros conceptos relacionados al tema de investigación y que ayudan a reforzar el estudio son los siguientes:

Publicity: se refiere a la información que aparece en cualquier medio de comunicación masivo nacional o internacional, y que no genera costo alguno para la fundación, se caracteriza por tener carácter noticioso y es esto lo que beneficia a la organización por la credibilidad que genera.

Lobby: es el proceso planificado de comunicación de contenido predominante informativo, en el marco de la política de relaciones públicas de la empresa u organización de los poderes públicos, ejercidos directamente por esta o a través de un tercero que interviene en una decisión o propone una nueva.

Alianzas estratégicas: este término se refiere a los acuerdos, convenios en los que dos o más entidades se unen para lograr un bien común o ventajas competitivas que por sí mismas se les dificulta alcanzar, existe un estudio previo para analizar los públicos objetivos, la imagen deseada y los resultados esperados por cada una de las instituciones antes de consolidarse estratégicamente.

⁷ **Las Relaciones públicas internacionales:** se definen como una campaña planificada y organizada por una empresa o institución de gobierno para trazar lazos de

⁷ Tomado de sitio web: www.infosol.com.mx, consultado el 17/09/2017

comunicación entre diversos países con el objetivo de buscar beneficios multilaterales y de apoyo en diversas naciones.

⁸Estrategias de Relaciones Públicas: son acciones que permitan lograr los objetivos encaminados a alcanzar el éxito de la organización, es decir el principio de guía desde donde estamos a donde queremos llegar.

Posicionamiento: estrategias planificadas a encaminar las acciones de la organización y que estas a la vez transmitan una buena imagen que se mantenga en el tiempo y en la mente de sus públicos meta.

Asistencia Humanitaria: es la forma de solidaridad o cooperación, que generalmente es destinada a las poblaciones pobres, o a las que han sufrido una crisis provocada por una catástrofe natural o una guerra.

Cooperación Internacional: son un conjunto de actuaciones y procesos orientados al intercambio de experiencias y recursos entre países del norte y del sur, quienes mantienen una estrecha relación entre socios con la misma convicción de apoyar a las poblaciones que van en camino al desarrollo.

2.2.2 Acciones de las relaciones públicas

Las organizaciones tiene que tener una serie de acciones para su adecuado funcionamiento entre estas mencionamos las siguientes:

- Posicionar a las empresas, proyectos , productos y servicios
- Construir credibilidad y fidelidad

⁸ Tomado de sitio web: http://www.albertodeduran.es/wp-content/uploads/2014/08/3x02-Planificaci%C3%B3n-estrat%C3%A9gica-de-las-RR.PP_.pdf

- Desarrollar relaciones con los líderes de opinión
- Identificar las necesidades de los consumidores o usuarios
- Adecuar los mensajes de las distintas audiencias
- Educar a los usuarios de los servicios que presta la organización o empresa
- Crear tendencias de opinión
- Establecer una comunicación continua con los públicos
- Construir alianzas y sociedades
- Introducir nuevos conceptos al mercado

⁹Organizaciones sin Fines de Lucro ONG´S: son entidades de iniciativa social con fines humanitarios, son independientes de la administración pública y no tienen un afán lucrativo; su fin es beneficiar a la población menos favorecida dentro de una determinada región poniendo al alcance de éstos, servicios básicos como la salud, vivienda, agua entre otros a través de la ejecución de diferentes programas sociales.

Las ONG´s son el actor principal de la cooperación a nivel local e internacional. Se trata de asociaciones de personas de la sociedad civil que, al margen de los gobiernos, desarrollan su actividad social en los más diversos ámbitos. Según la Resolución

⁹ Tomado del sitio web: <http://www.un.org/documents/ecosoc/res/1996/eres1996-31.htm>, consultado el 18/09/2017

1996/31 de las Naciones Unidas, una ONG es “cualquier grupo de ciudadanos voluntarios sin ánimo de lucro que surge en el ámbito local, nacional o internacional, de naturaleza altruista y dirigido por personas con un interés común”.

2.2.3 *Comité Salvadoreño El Piche.*

¹⁰En 1995 nace la asociación Comité Salvadoreño el Piche para brindar ayuda comunitaria a los habitantes del Cantón El Piche, del Municipio del Carmen, departamento de la Unión, como también lo ha realizado con otros países de Centroamérica, México y Estados Unidos.

Este proyecto surge a iniciativa del Don Enot Rubio, quien nació en el año 1959 originario del Cantón El Piche, en 1977, emigró hacia los Estados Unidos con tan solo 17 años de edad y sin saber cuál sería su destino, tras 40 años de permanecer en el referido país de los cuales ha ocupado más de la mitad para desarrollar diversos proyectos que han beneficiado al Cantón El Piche y sus habitantes.

Antes de su consolidación un grupo de 60 personas quienes hacían donaciones para la reparación de las calles de El Piche, viendo la necesidad del cantón deciden que es importante constituirse como organización sin fines de lucro, en aquel momento el objetivo de la creación de la organización era para ayudar en las áreas de educación, salud, deportes, proyectos de desarrollo, ayuda humanitaria.

Actualmente cuentan con donantes de diferentes nacionalidades, religión y fines políticos, pero con la única convicción de apoyar los proyectos que beneficien a la comunidad del Piche.

¹⁰Tomado del sitio web: <http://www.elpiche.org> Consultado del 01 al 20/09/2017.

Tras 22 años de trabajar para sacar adelante este lugar Don Enot Rubio cuenta con el respaldo de diversas instituciones nacionales quienes han visto sus proyectos de manera positiva, y es así como ha logrado posicionarse a nivel nacional e internacional hasta el punto que hoy por hoy son más las instituciones y empresas que respaldan el trabajo realizado, no solo por la comunidad de El Piche o por las obras realizadas en otros países y en otras zonas de El Salvador.

2.2.4 Proyectos

A la fecha se cuenta con la realización de más de 26 proyectos, nacionales como internacionales entre ellos podemos mencionar:

Tabla 1

Proyectos ejecutados a la fecha por El Comité Salvadoreño El Piche

N°	Proyecto	Año de Ejecución	Inversión	Descripción
1	Donación de Ambulancia	1996	\$10,000.00	Este donativo se realizó con la visión que en el futuro se construyera una Unidad Médica en El Cantón El Piche.
2	Compra e instalación de una bomba de agua y dos generadores de energía eléctrica	abr-97	\$17,000.00	Se utilizó para poder operar un pozo de agua que llevaría el vital líquido a las familias del lugar, para este proyecto miembros del Comité y donantes realizaron una visita al País, específicamente a El Piche.
3	Financiamiento de viaje y tratamiento	jul-97	N/E	Financio el viaje y tratamiento de una víctima de los 12 años de guerra civil en El Salvador quien perdió sus dos piernas
4	Proyecto y distribución de agua	ene-98	\$9,633.00	Distribución de agua en la comunidad de Los Conejos, El Carmen, Departamento de La Unión en El Salvador. Este proyecto incluyó la construcción de nuevas tuberías.
5	Financiamiento, diseño, construcción y	nov-99	\$60,000.00	Construcción de una clínica médica en El Piche, la unidad cuenta con 12 cuartos incluyendo una farmacia que lleva el

	equipamiento de la primera Clínica Médica, denominada "Enrique Alejo".			nombre de Farmacia Cacique, Sala Dental "Abel y Martha Díaz" y sala de espera "Silvia Martínez", con este proyecto no solo se beneficia pobladores del referido lugar si no que a las comunidades aledañas a El Piche.
6	Implementos médicos, juguetes y ropa	mar-00	\$60,000.00	Entre los implementos médicos mencionamos: sillas de ruedas, muletas, bastones, juguetes y ropa; para beneficio de la comunidad San Antonio Silva de San Miguel.
7	Donativo monetario	ene-01	\$43,000.00	Donativo monetario para afectados por el terremoto del 2001, esto se entregó directamente a Comité Organizador de Emergencias Nacional COEN.
8	Donativo de víveres	Ene-Feb-01	\$300,000.00	A solicitud de uno de los mayores contribuyentes del Comité Salvadoreño El Piche, Don Enrique Alejo, presidente Liborios Market de Unifed Western Grocers, se realizó este donativo a los afectados de los terremotos de 2001, esta contribución se entregó personalmente por miembros del Comité Salvadoreño El Piche.
9	Construcción de Viviendas	Ene-Dic-01	\$310,000.00	Proporciono 144 casas a personas afectadas de los terremotos del 2001, en distintas áreas del país, para este proyecto contaron con el apoyo de iglesias, clubs deportivos, personalidades, medios de comunicación; escrito; televisivo y radial, y la comunidad.
10	Construcción de un Centro Educativo	2001	\$152,000.00	Construcción del Centro Educativo Cacique el cual consta de 3 aulas primer año de bachillerato, Sala de maestros, Sala de Computo.
11	Construcción de la 2° Clínica Medica	nov-03	\$98,000.00	Con el apoyo del Gobierno Local, atreves del Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local - FISDL, se desarrolló el diseño, construcción y equipamiento de la segunda Clínica Médica " Enrique Alejo", en la Comunidad El Socorro del Departamento de San Vicente.
12	Agua Potable	ene-04	\$77,000.00	Introducción de agua potable en la comunidad El Gavilán, del Municipio El Carmen, Departamento de la Unión, para

				este proyecto se contó con el apoyo de la Alcaldía Municipal del Carmen y FISDL.
13	Remodelación de Baños y Equipamiento en Centro Escolar	ene-04	\$27,863.00	Este proyecto de remodelación de los baños sanitarios y equipamiento del Centro Educativo Cacique conto con el apoyo de la empresa privada a través del Banco Agrícola Comercial de El Salvador y Fundación Panamericana de Desarrollo FUPAD; quienes donaron 40 computadoras, escritorios, sillas, impresoras, fax, copiadoras y escáner.
14	Construcción de 9 kilómetros de carretera	jul-06	\$1,622,644.00	FISDL en convenio con Asociación de Desarrollo de El Salvador ADS, en Washington DC, Nueva York, Houston, Atlanta, Maryland y Virginia; pobladores con vehículo propio; Alcaldía Municipal del Carmen, construyeron 9 kilómetros de carretera desde El Desvió El Gavilán hasta Salalagua, el carpeteo fue a cargo de la Empresa CESSA y la construcción por la empresa LINARES.
15	Construcción de Viviendas	abr-07	\$60,000.00	Construcción de viviendas permanentes a víctimas del huracán Stan.
16	Casa de las Amistades	abr-07	\$270,000.00	Diseño, Construcción y equipamiento de la casa de las amistades denominada " Abel y Martha Díaz".
17	Introducción de agua potable	abr-07	\$15,000.00	Introducción de agua potable a la comunidad Las Piletas del Municipio del Carmen.
18	Remodelación de Techo	sep-07	\$5,005.10	Remodelación del techo de la Escuela Francisco Gavidia, La Libertad.
19	Equipamiento	abr-08	\$15,000.00	Equipamiento del Centro Escolar El Aceituno en Honduras: con la donación de 10 computadoras, escritorios, sillas, impresores, fax, fotocopadoras y escáner.
20	Donativo de Arroz	sep-09	\$100,000.00	Con el apoyo de FUPAD, institución afiliada a la Organización de los Estados Unidos Americanos OEA con sede en Washington DC, realizaron la misión humanitaria para entregar un donativo de más de 100,000 libras de arroz fortificado, para comunidades de extrema pobreza en El Salvador.

21	Equipamiento	feb-10	\$16,000.00	Equipamiento del Laboratorio Centro Educativo Dr. Hugo Lindo, con el apoyo del Banco Agrícola Comercial.
22	Equipamiento	jul-11	\$16,000.00	Equipamiento del Laboratorio del Instituto Nacional Profesor Raúl Moreno, con el apoyo del Banco Agrícola Comercial.
23	Donación de Ambulancia	jun-12	\$25,000.00	Donación de una ambulancia equipada para la comunidad El Pilón.
24	Apoyo a la Banda de Paz de El Salvador	ene-13	N/E	Apoyo a la Banda de Paz de El Salvador para su participación en el Desfile de las Rosas.
25	Remodelación	ene-13	N/E	Remodelación de la Casa de la Amistad, " Abel y Martha Díaz" y remodelación del Auditorium " Oscar y Nilda Medina".
26	Ejecución de Proyecto de Centro Escolar Moderno	jul-15	\$1,857,000.00	Actualmente el Comité Salvadoreño El Piche se encuentra organizando el proyecto de construcción y equipamiento del Complejo Educativo El Piche, el cual tiene como objetivo educar a más de 400 estudiantes desde kínder hasta 2° año general, con este proyecto se busca el beneficio a 13 comunidades cercanas al referido lugar, el Centro de Estudios contara con una biblioteca, centros de cómputo, oficinas administrativas, zonas de juegos y una cancha para la práctica de Baloncesto, Futbol y Voleibol.
TOTAL			\$5,166,145.10	

Para el presidente del Comité Salvadoreño El Piche estar al frente de esta fundación es un privilegio, ya que lo más importante es beneficiar a personas de escasos recursos y contribuir a mejorar las condiciones de vida de los salvadoreños, tanto así que en ocasiones ha cedido la presidencia de la fundación y no ha sido aceptada por los directivos y donantes, esta es la prueba del buen trabajo desempeñado hasta la fecha.

2.3 Marco Jurídico

Las ONG's se rigen por una ley que regula la creación de estas asociaciones sin fines de lucro. ¹¹El decreto N° 894 de la Ley de Asociaciones y Fundaciones sin Fines de Lucro El Salvador, publicado el 17 de diciembre de 1995, Tomo N° 333 del Diario Oficial, en su Art. 28, manifiesta: “los estatutos de las asociaciones y fundaciones, constituyen el ordenamiento básico que rigen sus actividades y serán de obligatorio cumplimiento para todos los administradores y miembros de las mismas”.

El proceso para obtener la personería jurídica se inicia en el Ministerio de Gobernación, el cual se encarga de revisar la inscripción de los estatutos de la organización mediante la escritura pública de constitución ante un notario debidamente inscrito en el registro correspondiente.

Para las organizaciones extranjeras como se cita en el Art. 44 “Las personas jurídicas de derecho privado lucrativas constituidas de conformidad a la ley extranjera, tienen los mismos derechos que las personas jurídicas salvadoreñas.

Las ONG's que deseen realizar actos en El Salvador o quieran establecer agencias, filiales, sucursales u oficinas, deberán inscribirse en el Registro, de igual manera deberán de inscribir los documentos de modificación de estatutos, los relativos a sus situación financiera y la nómina de representantes legales.

Son muchas las organizaciones que se ciñen bajo las leyes, para garantizar su estabilidad y legalidad de sus operaciones.

¹¹ El decreto N° 894 de la Ley de Asociaciones y Fundaciones sin Fines de Lucro El Salvador, publicado el 17 de diciembre de 1995 en el Tomo N° 333 del Diario Oficial, en su Art. 28, y 44 consultado http://pdba.georgetown.edu/Parties/El_Salvador/Leyes/LeyAsociacion.pdf

Capítulo III Metodología

¹² La metodología está conformada por el vocablo método y el sustantivo griego logos que significa juicio, estudio, por lo que esta palabra se define como la descripción, el análisis y la valoración crítica de los métodos de investigación. La metodología es la herramienta que enlaza el sujeto con el objeto de la investigación ya que sin la metodología es casi improbable llegar a la lógica que encamina al conocimiento científico.

La palabra método se deriva del griego meta que significa hacia y o dos que significa caminos, por lo que se define el camino adecuado para lograr un fin.

Otra definición lógica de la palabra método que es un conjunto de procedimientos lógicos a través de los cuales se plantean los problemas científicos y se ponen a prueba las hipótesis y los instrumentos de trabajo investigativos.

El método es un elemento necesario en la ciencia y en cualquier trabajo de investigación ya que él nos permite demostrar un argumento válido.

De todas las definiciones que puedan mencionarse se llega a la conclusión que el método científico estriba en proporcionar normas que dirigen y encauzan la actividad científica donde es necesario aclarar que el método proporciona una guía y orientaciones para seguir, y no a la contrario patrones rígidos, inflexibles de investigación; es decir

¹² Consultado en el sitio web <http://metodologia02.blospost.com/2010/07/la-metodologia.html?m=1>, 08/10/2017

que con la metodología podemos decidir la dinámica más flexible a seguir para lograr el fin de la investigación.

3.1 Métodos de Investigación

3.1.1 Método cuantitativo

¹³El método cuantitativo o método tradicional se basa en la medición de las características de los fenómenos sociales, lo cual supone derivar de un marco conceptual pertinente al problema analizado una serie de postulados que se relacionan a variables estudiadas de forma deductiva, este tiende a generalizar y normalizar resultados.

El método cualitativo o método no tradicional se orienta a profundizar casos específicos y no generaliza, su prioridad es cualificar y describir fenómenos sociales a partir de rasgos determinantes según sean vistos por los elementos mismos que están dentro de la situación estudiada.

Se utilizará el método cuantitativo esto permite obtener datos y describir las características del problema en este caso conocer la percepción de las personas que han sido beneficiadas por El Comité Salvadoreño El Piche y que tanto conocen de la asociación además esto permite plantear las causas del problema y explicar la percepción de la población hacia el comité.

¹³ César Augusto Bernal, 2º edición, Metodología de la Investigación para Administración, Economía, humanidades y Ciencias Sociales, Person Educación, México 2006

3.2 Población y Muestra

Por el tipo de investigación se determinó que la muestra se tomaría de personas que han sido beneficiadas por la asociación ya sea en el Cantón El Piche o en otra área de El Salvador, en este caso el pasado 14 de septiembre del año en curso, el Comité Salvadoreño El Piche, realizó un almuerzo en beneficio de familiares de los policías fallecidos en el cumplimiento del deber o a causa del servicio

3.2.1 Determinación del universo y la muestra

Para hacer una investigación es necesario elegir una población o grupo en que el estudio se realizará haciendo uso del universo y la muestra.

3.2.1.1 Universo o población

¹⁴Se define como la totalidad de individuos o elementos de los cuales pueden representarse determinadas características susceptibles a ser estudiadas, es decir el universo o población es el grupo determinado objeto de investigación.

3.2.1.2 Muestra

Se comprende por muestra que es una parte representativa de la población objetiva o universo, es decir un grupo elegido para realizar el estudio investigativo, teniendo en cuenta la accesibilidad a la población en este caso sucede que la población es infinita y se ve imposible dar cobertura al universo ya que este es sencillamente

¹⁴ Eladio Zacarías Ortez, 3º Edición, Así se investiga pasos para hacer una investigación, Santa Tecla El Salvador, Clásicos Roxsil.

inaccesible, es por ello que la muestra se dirige al más reciente evento de la fundación. En este sentido se justifica el proceso de investigación del Comité Salvadoreño el Piche de la siguiente manera:

Debido a la gran cantidad de beneficiados nacionales e internacionales de la fundación y el hecho que la mayoría de proyectos se han realizado en el departamento de La Unión, Municipio de El Carmen, específicamente en El Cantón El Piche y que el tiempo de investigación es corto, que el lugar está a 163 Kilómetros desde San Salvador hasta el municipio de El Carmen, que la inseguridad que impera en el país es crítica, se tomó a bien aprovechar la visita de Don Enot Rubio, fundador y presidente actual del Comité Salvadoreño El Piche quien vino a realizar un evento en el departamento de San Salvador, específicamente en la Policía Nacional Civil, con la participación de 75 personas, hombres mujeres, mayores de 18 años.

3.3 Técnicas e Instrumentos

Se utilizó la técnica de la encuesta para obtener los datos de lo que la población sobre el tema de investigación estas se tomaron de 75 personas que asistieron a un evento organizado por el Comité Salvadoreño El Piche y la entrevista a tres personas entre ellas el fundador de la asociación y dos amigos cercanos a él, esto para obtener de forma directa los datos de lo que es la asociación.

3.3.1 La encuesta

¹⁵Es un procedimiento de una investigación descriptiva en el que se recopilan datos por medio de un cuestionario previamente diseñado, sin modificar el entorno ni el fenómeno donde se recoge la información, los datos se obtienen realizando preguntas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de una población estadística en estudio conformada por personas, empresas instituciones públicas, con la finalidad de conocer la opinión, ideas características o hechos específicos.

3.3.2 La entrevista

¹⁶Es un instrumento que permite un acercamiento real con las personas claves que admiten conocer a profundidad lo que realiza el Comité Salvadoreño El Piche y la percepción que se tiene de la función a través de sus proyectos de cooperación en beneficio de la población Salvadoreña.

Este término se refiere a la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el o los sujetos de estudio con el fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto. Zacarías (Ortez, 2013, P. 104.)

3.4 Procedimiento para Recolectar la Información

La población a investigar por medio de entrevistas son las 75 personas que asistieron al evento organizado por el Presidente del Comité Salvadoreño El Piche,

¹⁵ Consultado en sitio web <https://es.m.wikipwdia.org/wiki/encuesta>, el 08/10/2017

¹⁶ Eladio Zacarías Ortez, 3^o Edición, Así se investiga pasos para hacer una investigación, Santa Tecla El Salvador,

familiares de agentes miembros de la corporación policial que fallecieron en el cumplimiento del deber o a causa de servicio.

Las entrevistas se realizaron al Presidente del Comité Salvadoreño El Piche, Don Enot Rubio, para conocer sobre la fundación, el desarrollo de las actividades y la manera en que se emplean las Relaciones Públicas para mejorar la imagen y credibilidad de la fundación; al Coronel Eliú Fuentes Velarde, amigo de infancia del principal fundador del Comité, nacido en el Cantón El Piche y quien ha visto muy de cerca la evolución que ha tenido su lugar de origen gracias a los proyectos de Don Enot Rubio y al Coronel Jorge Fuentes Velarde amigo de infancia, quien ha sido como un enlace entre el comité y la población de El Piche, ya que ha trabajado de cerca en los proyectos que realizan en la fundación y conoce las necesidades de las personas de dicho municipio y sus alrededores.

Capítulo IV

Análisis de Resultados

Como en todo proceso de investigación la etapa de recolección de información para analizar la problemática de estudio, resulta un tema complejo debido a diferentes circunstancias para la obtención de datos como lo son el tiempo, buscar y coincidir el público objetivo y los gastos en los que se incurre para llevarlos a cabo, etc. Cuando se narran las acciones anteriores solo queda sobrepasar todos los obstáculos y adentrarse a recabar la información mediante un muestreo a través de la administración un cuestionario el cual es el instrumento que se emplea en la técnica de la encuesta, dicha muestra está comprendida por 75 personas beneficiarias de algunas acciones del Comité Salvadoreño El Piche, quienes asistieron al evento realizado por él, el día 14 de septiembre del 2017, en las instalaciones del Edificio Central conocido como El Castillo de la Policía Nacional Civil, ubicada en la 6ta. Calle Oriente entre la octava y decima. Avenida Sur, #42, Barrio la Vega, San Salvador, el cual tenía como objetivo brindar ayuda a los familiares de los agentes de la Policía Nacional Civil, caídos en el cumplimiento de su deber.

Para representar la información obtenida con la administración del cuestionario; se ha realizado una distribución de frecuencias, la cual permite de forma simple identificar mediante una tabla el número de veces (frecuencia) que se repite u ocurre la selección de las opciones planteadas a las personas encuestadas en cada una de las preguntas, las cuales luego de ser procesadas y tabuladas son representadas mediante un gráfico circular o comúnmente conocido como gráfico de pastel.

A demás de recolectar información mediante la técnica de la encuesta, se tomó a bien para obtener información de primera mano en relación a la fundación y operatividad del Comité realizar tres entrevistas no estructuradas a los señores Enot Rubio, presidente del Comité y los hermanos: Coronel Eliú Fuentes Velarde y Coronel Jorge Fuentes Velarde, amigos de infancia.

4.1 Principales Hallazgos.

El Comité Salvadoreño El Piche no cuenta con una oficina local, ni cuenta con recurso humano y material esto le imposibilita el desarrollo adecuado en la realización de proyectos y la divulgación eficientemente de sus obras ya que actualmente es el fundador de la asociación quien realiza todas las gestiones de divulgación de las actividades es por ello que no se le da mayor alimentación a sus sitios web, solo cuando están en la realización de proyectos.

En relación al análisis de los diferentes medios de comunicación y redes sociales se encontró que sus sitio web no están actualizados con las actividades recientes que ha realizado la fundación, muchos de los link para las redes sociales no están conectados si accedemos a su Facebook no hay noticias recientes ni se le lleva un seguimiento al millonario proyecto que se está ejecutando a la fecha, la información que se encuentra en su sitio web esta desactualizada y no genera interés hacia los cibernautas. En los medios de comunicación se encontró poca presencia de notas relacionadas al comité, de hecho el ultimo evento realizado a en la PNC no se encuentra.

Se ha identificado que las instituciones de gobierno con las que se puede establecer relaciones para agilizar proyectos o gestionar convenios de cooperación son las siguientes:

- Viceministerio de Cooperación
- Alcaldía Municipal del Carmen
- Administración Nacional de Acueductos y Alcantarillados ANDA
- Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local FISDL
- Ministerio de Obras Públicas, Transporte, Vivienda y Desarrollo Urbano
- Embajada Americana en El Salvador.

Estas son las principales instituciones con las que se puede trabajar para el beneficio y agilización de proyectos que mejoren a la población que el Comité considere en sus donaciones.

Es importante mencionar que las donaciones no solamente pueden ser económicas sino la ejecución de obras que pueden ser desarrolladas por estas instituciones y que a través de las relaciones realizadas por el Comité se pueden ejecutar.

Se ha identificado la necesidad de realizar acciones que favorezcan con la credibilidad y transparencia del Comité Salvadoreño El Piche, por ende es necesario que se mejore en su sitio web la modalidad para donar pues está desactualizada y presenta proyectos que no se han ejecutado o que su recolección de fondos asciende a US\$1.00.

Que se coloque más información de los “embajadores” o fuentes de financiamiento para que la población conozca quienes son los benefactores que aportan económicamente los fondos de las obras.

Seguimiento continuo a los proyectos y divulgación a través de Redes Sociales de los proyectos desde el inicio hasta dar por finalizado la obra.

Estas acciones no solo ayudarían nacionalmente si no internacionalmente ya que la mayoría de fondos provienen de extranjeros a quienes es importante mantener informados al respecto.

Se ha identificado que la comunicación que actualmente posee la fundación es deficiente pues o genera mayor controversia ya que la principal función de la comunicación es informar al receptor y dada la poca información que se encuentra de la fundación no se logra transmitir a la población

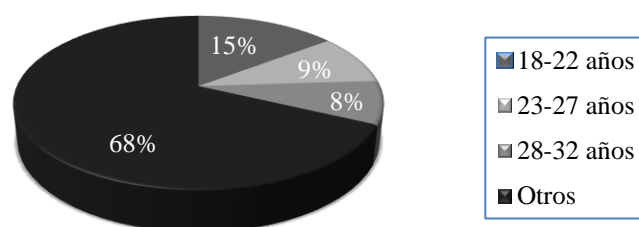
4.2 Presentación de los Resultados Método Cuantitativo

Tabla 2

Edades de los encuestados.

Rangos	Cantidad	Porcentaje
18-22 años	11	15%
23-27 años	7	9%
28-32 años	6	8%
Otros	51	68%
Total	75	100%

Figura: 1



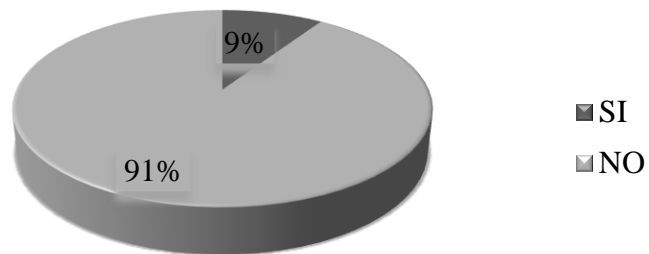
Según el gráfico anterior del 100% de personas encuestadas el 68% de ellas son mayores de 32 años, el 15% tienen una edad entre los 18 y 22 años; el 9% se encuentran entre los 23 y 27 años de edad; y la minoría representada por el 8% son personas entre los 28 y 32 años de edad.

Tabla 3

¿Ha escuchado hablar de Comité Salvadoreño El Piche?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	7	9%
No	68	91%
Total	75	100.0%

Figura 2



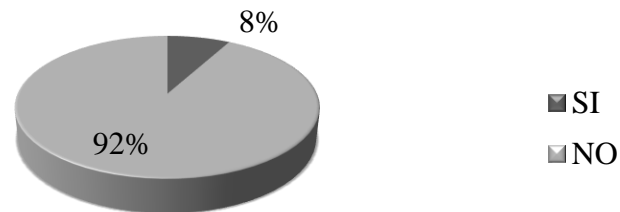
En relación a la pregunta realizada a las personas encuestadas, si han escuchado del Comité Salvadoreño El Piche, el 9% de los encuestados afirmaron que si conocen de las obras que realiza dicho comité a favor de las personas en situación de pobreza y el impacto de sus obras a nivel comunitario. Por otra parte, el 91% expresaron que no han escuchado hablar del comité, se puede concluir que quizá no ha sido efectiva la estrategia de comunicaciones implementada y que tienen que buscarse e identificarse los mejores medios para lograr llegar al segmento de población con mayor potencial para donar tiempo o dinero. En consecuencia, existe una necesidad del comité de revisar y/o actualizar su estrategia de comunicaciones con el objetivo de ampliar su alcance poblacional para fortalecer las opciones de ayuda.

Tabla 4

¿Sabe qué actividades realiza El Comité Salvadoreño El Piche?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	6	8%
No	69	92%
Total	75	100%

Figura 3



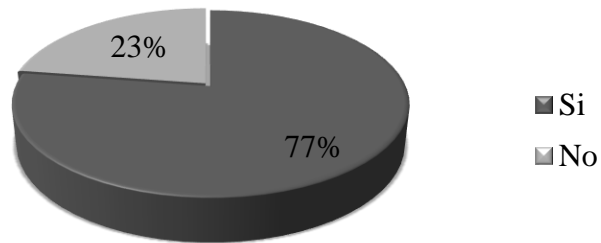
En relación a la pregunta si conocen que actividades realiza el Comité Salvadoreño El Piche, solamente el 8% manifiesta que si tiene conocimiento de las actividades y el 92% de las personas encuestadas expresó no conocer las actividades que realiza dicho comité; por lo que se deberá asegurar que se diseñan estrategias a través de diferentes medios de comunicación para informar al público sobre las actividades de recaudación, inauguración, proyectos en desarrollo, entre otros e invitar a participar.

Tabla 5

¿Es la primera vez que participa en un evento organizado por don Enot Rubio?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	58	77%
No	17	23%
Total	75	100%

Figura 4



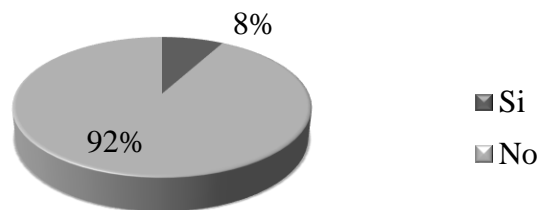
Al consultarles si es la primera vez que participa en un evento organizado por Don Enot Rubio el 77% de las personas encuestadas expresó que si es su primera oportunidad de participar, mientras que el 23% dijo que ya ha participado en otras actividades.

Tabla 6

Conoce usted de las mejoras que se han logrado gracias a la gestión de la Fundación.

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	6	8%
No	69	92%
Total	75	100%

Figura 5



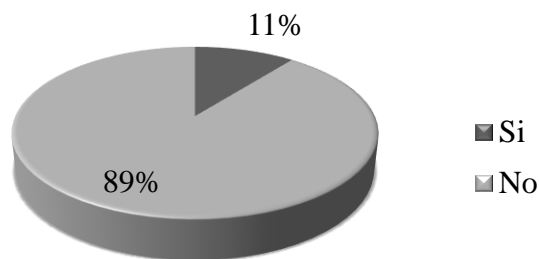
Se consultó a las personas en la encuesta si conocen de las mejoras que se han logrado con la gestión de la Fundación, solo el 8% afirmó que si conoce de dichas mejoras realizadas por el Comité El Piche; y, el 92% de las personas encuestadas manifestó que no conoce de las mejoras que se han realizado a nivel comunitario gracias a la gestión de la Fundación Comité El Piche por lo que la labor de socializar y comunicar lo que el Comité realiza necesita de una efectiva estrategia de relaciones públicas y publicidad.

Tabla 7

¿Sabía que El Comité Salvadoreño El Piche, ha apoyado a mejorar las condiciones de vida de los salvadoreños en todo el país?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	8	11%
No	67	89%
Total	75	100%

Figura 6



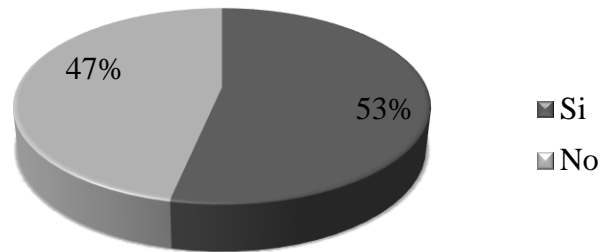
En relación a la pregunta que se hizo a las personas sobre si saben que el Comité Salvadoreño El Piche también apoya otros lugares además del Cantón El Piche en El Salvador, el 11% afirmó que si está informado al respecto, mientras que el 89% expresó que no tienen conocimiento sobre dichas acciones más allá de su cantón por lo que nuevamente la necesidad y oportunidad de informar es imprescindible para el fortalecimiento del Comité.

Tabla 8

Estaría dispuesto a colaborar con El Comité Salvadoreño El Piche.

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	40	53%
No	35	47%
Total	75	100%

Figura 7



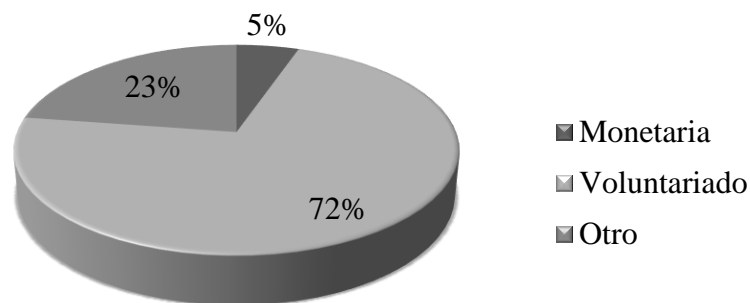
En relación a la pregunta si estaría dispuesto a colaborar con el Comité Salvadoreño El Piche, el 53% de las personas encuestas expresaron su disponibilidad de colaborar con el comité y entre las razones que plantearon se encuentra: retribuir a su comunidad, ayudar a las demás personas, por fe entre otros. Por otra parte el 47% de las personas encuestadas manifestaron que no estaría dispuestos, en algunos de los casos es por falta de información y mayores detalles de los beneficios que llevan a nivel comunitario por lo que existe un potencial importante de posibles voluntarios y/o donantes.

Tabla 9

¿Qué tipo de apoyo le brindaría usted al Comité Salvadoreño El Piche?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Monetaria	4	5%
Voluntariado	54	72%
Otro	17	23%
Total	75	100.0%

Figura 8



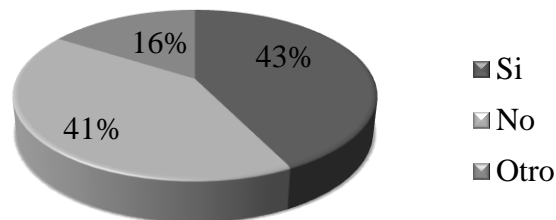
En relación a la pregunta de cuál podría ser el tipo de apoyo que brindarían al Comité solo el 5% de las personas encuestadas manifestó que lo harían de forma monetaria; el 72% se expresó que apoyaría el comité a través de voluntariado (tiempo y habilidades); y, un 23% constituyó en otros los cuales podrían ser ayuda con ropa o víveres. Sin duda existe un porcentaje importante que está dispuesta a otorgar su tiempo y habilidad para contribuir a nivel comunitario a través del Comité El Piche esto podría ser una contribución importante y hacer una diferencia en los resultados e impacto en las comunidades en donde intervienen.

Tabla 10

¿Consideraría ser un voluntario permanente y apoyar al Comité Salvadoreño El Piche?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	32	43%
No	31	41%
Otro	12	16%
Total	75	100%

Figura 9



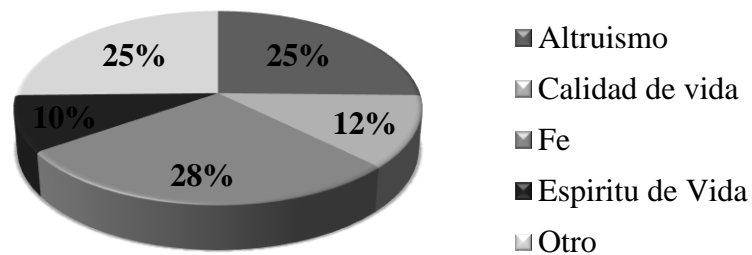
Al ser consultadas las personas sobre: *¿Consideraría ser un voluntario permanente y apoyar al Comité Salvadoreño El Piche?* Se identifica que el 43% de las personas encuestadas expresó que afirmativamente, esto podría generar el desarrollo de proyectos de corto plazo pero de gran impacto y que a través de esas actividades las personas se comprometería con los proyectos y atraería a más personas a contribuir. Por otra parte, 41% manifestó que no consideraría ser un voluntario permanente esto puede deberse a que tomando en cuenta que la mayor parte de la población encuestada es mayor de 32 años lo cual nos dice que las personas ya tienen compromisos que les demanda la mayor parte de su tiempo, y el 16% considera otra opción como explorar el voluntariado de causa de 1 vez al año que pueda ser atractivo a este grupo de interés.

Tabla 11

¿Qué lo motivaría hacer un voluntariado?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Altruismo	19	25%
Calidad de vida	9	12%
Fe	21	28%
Espíritu de vida	7	10%
Otro	19	25%
Total	75	100%

Figura 10



Finalmente se les preguntó que les motivaría hacer un voluntario alcanzando el mayor porcentaje la opción de la fe con el 28% de las personas encuestadas; seguido por un empate del 25% en las opciones de altruismo y otros; en seguida tenemos con el 12% de las personas encuestadas diciendo que lo haría por la opción de calidad de vida; y finalmente el 10% de las personas encuestadas manifestaron su preferencia por la opción de espíritu de vida. En consecuencia contamos con 100% de personas disponibles a contribuir.

4.3 Presentación de Entrevistas

4.3.1 Entrevista a los Coroneles Fuentes Velarde

Fase introductoria, agradecer la oportunidad de conversar con ustedes nos regala el nombre, profesión y el desempeño laboral

EFV: Soy Coronel, trabajo como civil en la Unidad de Acceso a la Información Pública.

1- ¿Cómo conoció a Enot?

Él es originario de un cantón que se llama El Piche de igual manera su organización lleva el mismo nombre y la dirige desde los Estados Unidos de América. Él pertenece a una familia de padres agricultores, con principios cristianos bien fundamentados y en la niñez el perdió a su papá en un asalto ocurrido en su localidad.

El estudio en la escuela local del cantón El Piche, una de sus maestras de nombre Crimilda Orellana, cuenta que Enot siempre fue muy altruista, cuenta la maestra que él iba a recoger a su maestra los días lunes 3 o 4 kilómetros en un caballo antes de llegar al pueblo, ella se subía al caballo y él se venía caminando. Con la diáspora Salvadoreña, él se fue en su adolescencia salió a USA, ahí encuentra la forma de relacionarse con persona que tenían facilidad económica y así se inicia El Comité El Piche.

Las obras de dicho comité ha realizado no solo es en El Piche sino también en San Vicente y en otros municipios como: clínicas, casas comunales entre otros. En el caserío El Piche hicieron una obra en alianza con ministerio de salud una clínica, cuesta

unos 250,000, se hicieron 7 kilómetros de pavimentación de la calle con la alcaldía de El Carmen, el 70% lo puso el Cantón y pavimentaron la calle al cantón Salalagua, municipio de El Carmen departamento de La Unión que es otro cantón, también construyeron la casa de la amistad, tiene piscina, salón para baile actualmente es administrada por una Asociación de Desarrollo Comunal ADESCO también realizaron un proyecto de agua con la organización Visión Mundial, ahí trabajaba mi hermano Rafael Fuentes ahora las comunidades administran el agua.

Estaba un señor de origen cubano dueño de los almacenes Liborio apoyo mucho a dichos proyectos, a las inauguraciones han llegado los Presidente de la República, cantantes entre otros.

Enot está reuniendo una cantidad de dinero para construir una escuela modelo y un instituto nacional de bachillerato, ya cuenta con los planes pero lamentablemente el arquitecto que estaba haciendo los planos falleció. Actualmente tiene entre el 70 a 80% de los fondos. Constituirá un proyecto insigne en dicho caserío. Es un cantón bendecido, ahí es originario Josué Alvarado de la empresa Río Grande, tiene 500 empleados en San Martín en una empresa exportadora, 125 empleados en la lechería en la carretera a la Costa del Sol. Hay un candidato presidencial cuyos abuelos son de El Piche su nombre es el capitán Parada.

Como nos relacionamos con él, bueno yo nací en ese cantón y jugábamos ladrón librado con ellos y éramos como hermanos no había cerveza, ni nadie fumaba. Tiene una hermana que se llama Elisa, quién fue compañera mía, tiene unos hermanos gemelos,

Esaú y Jacob son gemelos parecidos y Enot es el menor de sus hermanos. Es una bendición contar con personajes como él, me gustaría que ustedes lo conocieran y que hicieran visita al cantón, si nos podemos poner de acuerdo para ir.

Cuando venga Enot, yo les voy avisar, ustedes déjenme sus correos para avisarles, él se aloja en el Hotel Real Intercontinental cada vez que viene para que lo entrevisten o lo pueden contactar en línea, le puede decir que yo les di la información o los puede encontrar en Facebook, díganle que yo les dije y le pueden hacer una entrevista en línea.

Antes en el cantón no se tenía carretera, luz eléctrica, agua potable, y todo eso se tiene ahora. Gracias al gobierno, a los gobiernos municipales que han venido desarrollando y al comité El Piche.

¿Cuándo hacen proyectos se lo comunican a una constructora del municipio?

EFV: Él tenía un arquitecto y también licitaban ya que tienen sus auditorías por lo que se los adjudicaban al que tenía mejor precio y calidad y a favor de esa propuesta es que se decantan. Así se han hecho las obras.

En cierta manera que llegaron presidentes, ministros y artistas, nos gustaría saber ¿cómo hace esa labor de relaciones públicas Don Enot? ¿Es usted que le contribuye en ello? ¿Usted sabe cómo hace las gestiones con las instancias nacionales y locales considerando que Don Enot vive fuera del país?

EFV: El busca los consulados y las embajadas de El Salvador para tener los enlaces a nivel nacional con los diferentes ministerios. También el conoce personas, por ejemplo una vez el necesitaba un helicóptero porque se tenía la presentación de un artista, por ejemplo yo le contacté con la empresa privada, le hable a los dueños de un helicóptero para ver cuánto cobraban, después hicimos las coordinaciones con el Ministerio de Defensa y se tuvo el apoyo y nos ahorramos US\$800 por hora que era lo que nos cobraban en la empresa privada.

¿Don Enot tiene alguien en específico que le ayude con las Relaciones Públicas?

EFV: David Argueta, es de oriente y las hermanas de él viven en USA, las empresas él las buscaba de forma personal, no tiene a nadie específicamente que le apoye en El Salvador, quizá tenga apoyo en los Estados Unidos pero en general el hace las relaciones públicas, él no tiene una preparación académica universitaria, a lo sumo saco su High School, carrera universitaria no la tiene pero se desenvuelve bien con el inglés en la sociedad de los Estados Unidos de América.

Ellos hacen actividades sociales para recolectar dinero, por ejemplo, fiestas invitan a un artista quién les colabora, cobran y de eso financian los proyectos en El Salvador. Y para eso quizá sea necesario tener a una persona que le maneje las relaciones públicas. Creo que la hermana de Enot, de nombre Elisa sea la persona que lo apoye.

¿Y en el cantón El Piche, tendrá alguna persona que le apoya?

EVF: Él se relaciona con los directores de los Centros Escolares y líderes de las ADESCOS. No hay una oficina ni personal del comité El Piche en el cantón. En la alcaldía anterior trabajaba bien pero ahora parece que no parece que hay algunos roces personales con el Alcalde. Ciertamente eso le ayudaba a la alcaldía anterior a realizar las gestiones pero ahora no.

4.3.2 Entrevistas con el Coronel. Jorge Fuentes Velarde

JFV: El Comité el Piche para el terremoto apoyaron con comida y al final lo más importante nos preguntaron cómo ayudar y les dijimos háganle casitas a todas las familias que se les hayan caído en Santa Elena. Así hicieron varias casas y han quedado de recuerdo del comité.

También trabajan a nivel nacional el comité el Piche, han construido una clínica, una casa comunal, la clínica la han mejorado pero ahora la harán mejor. También habrá un instituto y conocimos a Leo, él es uno de los patrocinadores, es dueño del supermercado Liborio en Miami. Vienen con Enot varios patrocinadores, por ejemplo: Mauricio Cienfuegos, lleva su nombre la cancha de futbol en El Piche. Enot tiene un gran entusiasmo, él es un líder nato.

¿Y su relación personal con Don Enot cómo es?

JFV: De vez en cuando nos vemos con Don Enot, quién se relaciona bastante con él es un amigo mío que es agrónomo se llama Arturo Benítez.

Al llegar a El Salvador Don Enot Rubio, se instala en un hotel capitalino y desde ahí coordina su trabajo, establece alianza, se reúne con potenciales donantes, coordina con las personas originarias del cantón El Piche.

El papá era comerciante de hamacas, cinchos para caballeros y otros.

Quién es para usted Don Enot?

JFV: Es un personaje nacional, líder, buen ejemplo, ha sido un embajador. Una persona excepcional que ha conseguido apoyo de muchas personas en USA. Es una persona de buen corazón.

Ha tenido una visión grande y ha beneficiado a su cantón, él ha hecho más que nadie.

Muchas gracias.

4.3.3 Entrevista con el señor Enot Rubio

¿Cuándo y cómo nace el Comité Salvadoreño El Piche?

El Comité Salvadoreño El Piche nace en 1995 y nace de ver la necesidad de una comunidad rural del municipio el Carmen que lleva por nombre El Piche, a través de los años nosotros ayudábamos al balanceo de la carretera de esa comunidad, una comunidad muy humilde y al final en 1995 que son más de dos décadas, decidimos constituirnos como una organización, cabe mencionar que en esa ocasión llamamos a personas de diferentes nacionalidades, línea política, muchos de ellos entusiasmados aceptaron el reto de buscar como nosotros podíamos cambiar la vida de muchas personas.

¿Cómo se siente al recibir los galardones que le han otorgado?

Cada galardón lo recibimos con mucha humildad, pero también el reconocimiento al gran equipo que forma El Comité Salvadoreño El Piche, porque a decir verdad yo soy el que los recibo pero yo no podría haber hecho esto solo, por tanto cada reconocimiento que yo recibo lo recibo en nombre de cada uno de los miembros del Comité Salvadoreño El Piche, por tanto los que estuvieron como los que están porque algunos de ellos lamentablemente ya fallecieron cuando iniciamos la organización pero es algo muy especial en mi vida donde yo puedo mostrar toda mi gratitud por estos gestos que han tenido las instituciones en el país y en los Estados Unidos.

¿En sus 20 años de trayectoria como logro el apoyo de las Organizaciones?

Bueno yo siempre he dicho que ayudar no es fácil pero vale la pena y sobre todo el respaldo mayor que tengo lo siento de parte de Dios, de mi familia, de mi esposa, mis hijos y amigos, que realmente han estado hombro a hombro con Enot Rubio y con el Comité Salvadoreño El Piche, es así que unos me preguntan si hay democracia en el comité o no por ser el fundador y continuado y quiero decirles que si hay democracia, el problema es que cada vez que pongo la renuncia es un poco complicado porque hay una nostalgia y yo creo que hemos logrado conectar nuestros muchos corazones con personas que no siendo Salvadoreños se identifican con querer ayudar y lo hemos hecho en Guatemala, Nicaragua, Honduras, México y principal mente en El Salvador, así que es una experiencia muy linda.

¿Cuál ha sido la clave de lograr sus relaciones públicas internacionales?

Yo creo que las claves son las obras que hablan por sí solas, en llegar a cada instituciones del gobierno, tanto a representantes de Gobierno aquí nuestro querido El Salvador así como en los Estados Unidos, ha sido gracias a os proyectos, las obras que continuamente estamos enviando contenedores con ayuda comunitaria, y yo creo que cuando las personas en el gobierno se dan cuenta del esfuerzo que hacemos, eso es lo que nos respalda y realmente han visto ellos con buenos ojos el esfuerzo que hacemos los Salvadoreños que como en mi caso un Salvadoreño que tiene más de 40 años que se fue y no paro de soñar con un mejor El Salvador y el hecho es que aquí estamos continuamente ayudando y yo agradezco de verdad que nos hemos ganado el respeto de todas estas instituciones para que nos respalden, nos ayuden y así juntos poder lograr las obras que a través de estas dos décadas se han realizado.

¿Cuál es la prioridad del Comité Salvadoreño El Piche?

Nosotros en realidad son áreas diferentes, por ejemplo nos enfocamos en la educación, la salud y las ayudas humanitarias, para nosotros la educación es una herramienta importante y decirles que la comunidad donde yo vengo es una comunidad donde no había ningún desarrollo y hemos hecho el trabajo y lo hemos hecho bien y lo digo con mucha humildad y la inversión que hemos hecho a través de la prevención en la educación ha valido la pena, yo creo que estos años en los cuales hemos invertido y aportando en centros de cómputo, uniformes, implementos deportivos, yo siempre lo digo que lo que hace la diferencia en una comunidad es darle una pelota está sacando a

un grupo de muchachos de la vagancia que pasaría si no tuvieran una pelota?
posiblemente podrían tener un arma van a involucrase en formas delictivas por eso para mí es muy importante invertir en la prevención y que mejor forma de hacer a través de la educación.

¿Personalmente como maneja las RRPP internacionales?

Es increíble lo que nosotros hemos hecho para lograr tener el apoyo de los medios, lo hacemos a través de amigos, porque nosotros no tenemos un publicista que nos ayude, porque nosotros tenemos un enorme esfuerzo buscando a través de estos veinte años mantenemos los contactos de los medios que nos han visitado porque cada vez que venimos con los contenedores nos apoyamos en los medios y en realidad no ha sido fácil por qué hacemos los contactos en el extranjero y acá en el país ojalá y Dios nos permita tener un grupo de jóvenes como ustedes que se una a este esfuerzo para dar a conocer el esfuerzo que hacemos pero también que toque el corazón de otros.

Capítulo V

Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Conclusiones

El Comité Salvadoreño El Piche ha realizado más de 50 proyectos a nivel nacional e internacional, cuenta con una imagen muy reconocida a través de los años y que se mantiene viva en los beneficiarios de cierta manera, por ejemplo cuando Don Enot Rubio realiza algún evento o proyecto en el país.

Sin embargo se ha detectado a través del instrumento de investigación que muchos de sus propios beneficiarios no conocen la fundación, esto lleva a pensar que se necesita mayor divulgación de los proyectos y aspectos generales del Comité Salvadoreño El Piche.

La mayoría de organizaciones sin fines de lucro del país dependen del financiamiento externo, lo que las hace frágiles en la medida en que estas no lograrían subsistir en el tiempo de no ser por la ayuda internacional o nacional a través de los gobiernos u otras instituciones.

En el Salvador existen todavía muchas personas que desconocen a las organizaciones o fundaciones sin fines de lucro en especial aquellas dedicadas a la educación y ayuda humanitaria como lo es el Comité Salvadoreño El Piche (pregunta 2, 3, 4, de la encuesta realizada), también afirman no conocer sobre proyectos de responsabilidad social, esto representa una buena oportunidad para El Comité Salvadoreño El Piche y crear una buena imagen hacia nuestro público objetivo, por tanto

el Comité tiene el reto de acercarse a estas personas que desconocen de sus labores humanitarias para poder ser futuros donantes o voluntarios a través de las redes sociales.

Es por ello que se propone la creación de una oficina de Relaciones Públicas y Comunicaciones, a través de un relacionista público que se desenvuelva y conozca y de redes sociales.

Por lo que se relaciona a su perfil más idóneo y que sea un dinamizador de comunidades virtuales que busca fidelidad a sus miembros a la marca para la que trabaja, usando como recursos la empatía con los usuarios y clientes y el intercambio de contenidos en el ciber espacio. Es responsable de moderar la comunidad y de canalizar las indicaciones de la organización hacia los usuarios, y las demandas de estos hacia la organización.

5.2 Recomendaciones

- Se recomienda al Comité la creación de una oficina local en San Salvador por la accesibilidad que hay en este municipio y cuando sea necesario trasladarse hasta el Cantón El Piche, y realizar visita de campo cuando el cumplimiento de sus funciones lo amerite esto permitirá gestionar los proyectos de la fundación y mejorar con eficacia la divulgación de la información para generar una mejor imagen.
- Crear una base de datos de los donantes que permita conocer la imagen de ellos a nivel nacional e internacional.

- Mejorar la misión, visión y valores de la organización, además de crear una biografía del fundador del Comité, para mejorar la perspectiva de los públicos potenciales y que conozcan los inicios de la Fundación.
- Se recomienda, que mejoren las publicaciones del Comité Salvadoreño El Piche, ya que la mayoría de los encuestados manifestó que es buena pero les gustaría informarse más de las obras que realizan.
- Se recomienda al Comité Salvadoreño El Piche, contratar un relacionista público para realizar publicidad por los medios convencionales, (redes sociales), ya que los sujetos de estudio les gustaría recibir información a través de estos medios de una forma más atractiva.
- Se encomienda al Comité Salvadoreño El Piche, implementar una estrategia de visibilidad a través de un profesional de las Relaciones Públicas o community manager y darse a conocer a los sectores empresariales e institucionales donde existe posibilidad de recaudar fondos, debe de representar una de las actividades principales para el Comité.
- Por otra parte también se sugiere una renovación del diseño a la página web del Comité Salvadoreño El Piche.
- Se solicita optimizar las imágenes de la página de inicio y ordenarla hay secciones como la de noticias y nuestras causa que puede pasar al menú principal.

- Recomendamos un diseño web dinámico que consiste en la técnica web que busca la correcta visualización de la página web en distintos dispositivos.
- Se recomienda que los link de redes sociales estén actualizados y activos, y que estos sean un enlace a través de la página web oficial del comité.
- Los videos que están en la página web tardan en cargar se recomienda buscar un plugin que sea más rápido.
- Se sugiere que para la red social de Facebook se cree una página oficial del Comité.
- Recomienda que el título de “Nuestras Causas” debe ordenarse y colocarlo en menú principal de la página web.
- El título ¿quiénes somos? debería ser la segunda pestaña de la página web.
- Tener un sitio web en ingles ya que el traductor tarda mucho en cargar, ya que se maneja a través de una aplicación y esto conlleva a perder hits en la página web del Comité Salvadoreño El Piche.
- Invitamos que la sección “donar ahora” de la página web se podría mejorar su diseño más atractivo e interactivo.
- Y finalmente con respecto a la página web del Comité Salvadoreño El Piche se observa que la página web tarda 12 segundos en cargar y el promedio oscila en 7 segundos <https://tools.pingdom.com>. En ese sentido es necesario mejorar su plataforma y diseño de la página web.

5.3 Análisis para Mostrar las Deficiencias del Sitio “elpiche.org” y Proponemos Diversas Soluciones de Acuerdo a la Usabilidad de Éste.

5.3.1 Experiencia

Como se sabe, la experiencia positiva del usuario al navegar un sitio web, debe ser la prioridad de cualquier desarrollador. En este caso, al navegar en elpiche.com, fácilmente el usuario puede sentirse complacido al ver un diseño moderno, siguiendo las tendencias actuales, así como una distribución de la información apropiada. El diseño muy consistente en su mayor parte, ofrece al sitio una experiencia profesional.

La navegación por menú fue muy buena, y con un tiempo de carga bastante aceptable a excepción de la página de inicio, de la cual se hablará más adelante. En general, se trata de un sitio web que una vez corregidos ciertos errores se tratar de uno muy completo y robusto. Se destacan las animaciones que dan un toque interactivo y agradable.

5.3.2 Problemas y recomendaciones

Cargado lento: al ser una página con muchos apartados compuestos por bloques de fotografías y formularios hace ser lenta al momento en que el usuario ingresa, lo que debería de ser de esa manera, ya que, por ser una página con contenido sumamente importante y oficial, ésta debería de proporcionar un ingreso rápido.

Se debe de tratar de disminuir el peso de las imágenes, como lo es la del logotipo del menú. Que durante la primera carga fue de los últimos elementos en cargar, y que por su tamaño no debería de ser así.

Estructura del sitio: el contenido de la página no posee un orden adecuado ya que se debería de hablar un poco sobre “¿Quiénes somos?” al inicio, haciendo énfasis en la empresa para posteriormente tener claro los objetivos y la función de la misma, luego dar paso a las actividades, formas de colaborar con esta, datos relevantes, últimas noticias, formulario, contacto, y el paso a vínculos con las redes sociales.

Contenido similar: la página posee varios slideshows o diapositivas con ciertas fotografías e información, que también se muestran en otras columnas de la organización. Esto disminuye el interés del usuario al notar contenido similar.

Se debería de ocupar ciertos espacios para datos aún más relevantes y actualizados.

Contenido Multimedia: Es un recurso sumamente llamativo y muy utilizado en páginas web; el inconveniente con estas es que ciertas imágenes aparecen con tamaños desproporcionados en la vista previa, dejando de lado el tamaño correspondiente para una buena visibilidad y presentación.

Las imágenes alargadas o distorsionadas dan una mala impresión de la organización y no son agradables a la vista.

Función de Enlaces: Hay enlaces como en últimas noticias “ ver todas”, que no funcionan como debería ser, ya que al dar clic no os dirige a la información mencionada, sino que, simplemente nos lleva arriba, al inicio de la página.

A su vez, los enlaces de donación aún no se encuentran operando tanto en el menú como en el footer de la página. Estos son los enlaces que no deben fallar porque son imprescindibles para un sitio que recibe constantes donaciones.

Resolución de la Pantalla: los saltos de resolución en la página de inicio, donde aproximadamente en los 766px de ancho, tal vez sería necesario agregar un salto extra antes de la resolución celular, ya que las imágenes se ven demasiado grandes, además de que tienen el problema de que estiran demasiado, dando una apariencia distorsionada.

Diseño: Como se mencionó previamente en experiencia, se considera que el diseño se encuentra muy bien elaborado. Lo único que indicaría sería el cuidado a la hora de generar contraste, por ejemplo, en los botones de fondo azul, sería mejor utilizar un texto color blanco en lugar de negro, ya que se hace más legible. Lo mismo se podría decir en el footer, al que la imagen se debería de oscurecer un poco más que aun interrumpe con la legibilidad de la información.

Nuevamente, hablando de los botones de la página de inicio y los submenús, hacer que el tono de azul concuerde con el del logotipo para generar una línea gráfica más unificada y verificar que éste se aplique en todo el sitio.

Otro detalle, es la calidad de las imágenes, de las cuales sobre todas las ilustraciones, se ven pixeleadas. Tratar de mantener la misma calidad en todas las imágenes.

Respecto a los slideshow, sería recomendable usar un mismo estilo y no que sean diferentes. Esto con el propósito de también generar una línea gráfica más consistente y profesional. Finalmente, se recomienda hacer uso de un submenú y secciones en la página de proyectos, la cual contiene demasiada información junta que puede abrumar al usuario, la cual de una sensación de hacerse una lista más larga en el

salto de resolución debido a su distribución, esta se podrá esquematizar un poco mejor para ahorrar espacio. Tal vez a dos proyectos por línea y mostrar un total de cuatro en la altura y anchura de la pantalla.

5.4 Propuesta de Relaciones Públicas a través de la Contratación de un Profesional en Relaciones Públicas.

Las organizaciones de RRPP nacionales e internacionales como la Public Relations Society of America (PRSA), han formulado sus propias definiciones provenientes de todo el mundo.

Esfuerzo deliberado, planificado y continuo por establecer y mantener una comprensión mutua entre una organización y sus públicos.

Es la gestión integrada de los procesos de comunicación, cambios o funciones que implican un resultado orientado a lograr la identificación de los públicos con la organización.

Son una disciplina científica que estudia la gestión del sistema de comunicación a través del cual se establecen y mantiene relaciones de adaptación e integración mutua entre una organización o persona y sus públicos.

Las palabras claves que hay que recordar a la hora de definir las RRPP son:

Deliberada, Planificada, Resultados.

Deliberada: Las actividades de las RRPP son intencionadas. Están diseñadas para influir, conseguir la comprensión, ofrecer información, y lograr una retroalimentación.

Planificada: Las actividades de las RRPP está organizada, se encuentran soluciones de los problemas y se pone en marcha la logística necesaria, durando esta actividad cierto tiempo. Es una actividad sistemática, que exige investigar.

Resultados: Las RRPP por si solas no pueden crear una buena voluntad ni el apoyo social si la empresa no es sensible a las preocupaciones de la comunidad.

5.4.1 Perfil del relacionista público

Las organizaciones buscan aptitudes específicas en los profesionales de Relaciones Públicas, ya que estos se han convertido en el socio estratégico que se involucra e influye en las decisiones del negocio. La presidenta de la International Public Relations Association – IPRA 2015 y catedrática principal de la USMP, Dra. Amybel Sánchez de Walther, nos indica las principales competencias que debe tener este perfil en la actualidad:

Formaciónn interdisciplinaria.

Con una sólida base en las Ciencias de la Comunicación, y de preferencia con estudios de posgrado que lo acerque al contexto corporativo. El manejo de idiomas y la adaptación a los entornos multiculturales refuerzan esta cualidad en el profesional.

Liderazgo y emprendimiento.

Su desempeño debe guiar e inspirar a sus colaboradores para la consecución de los objetivos. Debe ser capaz de adaptarse rápidamente al cambio y trabajar con márgenes de autonomía y empoderamiento sin que disminuya su productividad.

Pensamiento estratégico.

Las cualidades de previsión no deben depender exclusivamente de la intuición o de sesgos emocionales en la percepción, sino de un constante ejercicio de planificación, diagnóstico y monitoreo, que implica la medición real del retorno de la inversión de las políticas comunicativas.

Ética en los contenidos.

El carisma y la empatía que pueda transmitir el relacionista deben basarse en mensajes veraces, que se nutran de datos e informaciones fidedignas. Solo así se podrán alcanzar propósitos y misiones creíbles que consoliden la confiabilidad y la reputación en los diversos públicos de la organización.

El perfil de un relacionista público

Las relaciones públicas promueven el prestigio o buena imagen de una organización o particular mediante el trato personal y la conexión emocional (engagement) entre instituciones involucradas, clientes o usuarios, en ese sentido tiene que ser:

Respetuoso.

Expresarse de forma adecuada a las circunstancias, asistir a reuniones y eventos en los momentos oportunos, no solo en las buenas sino también en situaciones de crisis donde se necesite comprensión y, sobretodo, responsabilidad.

Capacidad de socializarse.

El relacionista público es un comunicador, debe dar una imagen de seguridad sobre lo que está diciendo, siempre cuidándose con quien se está juntando y, finalmente, ponderando en el diálogo.

Un relacionista público no es un “sabelotodo”.

Debe ofrecer disculpas y decir “no lo sé” cuando de verdad no sabe algo, comprometiéndose a ofrecer una solución o a realizar la respectiva averiguación del asunto.

La persuasión.

Es un arma que se debe manejar en caso de negociaciones y acuerdos, convencer es clave, nunca debe retar o amenazar a terceros, obtener lo que sea más beneficioso para todas las partes involucradas, minimizando perjuicios.

Debe estar informado del contexto de su organización.

De lo real, no de lo que periodistas, publicistas o mercadotécnicos le indiquen.

Debe tener una agenda.

Supervisar lo que dicen por las redes sociales en Internet, ser detallista y saber reclamar con firmeza los errores que se estén dando dentro de la organización, planteando soluciones.

Debe poseer conocimiento en redes sociales.

La actualización de las tendencias mundiales, saber aplicar las tecnologías y conocer extensamente el mercado, para así lograr el mejor desempeño laboral en las redes sociales.

5.4.2 Actividades específicas del relacionista público.

Identificar y diagnosticar los problemas de comunicación de la empresa tanto interna como la comunicación externa con sus públicos.

- Optimiza la comunicación reseñando estrategias y acciones de comunicación.
- Propone programas de comunicaciones, los coordina, ejecuta y evalúa.
- Organiza y produce eventos.
- Asesora en ceremonias y protocolo.
- Organiza conferencias.
- Planifica actividades como reuniones, recepciones, etc. Conduce estas actividades y las coordina entre sí.
- Escribe comunicados de prensa destinados a las autoridades, los medios de comunicación y al público en general sobre los planes o políticas de la empresa, logros obtenidos u opiniones que la empresa quiera emitir.
- Participa en la producción de medios de comunicación institucionales.

- Vigila los gastos y la buena utilización de los recursos del área de las relaciones públicas.
- Determina y conduce los procedimientos operativos y administrativos del área de RRPP.
- Planifica y dirige el trabajo diario de su área.
- Controla la selección del personal de su área y su rendimiento.

Conocimientos del Relacionista Público

- Actualidad nacional y mundial.
- Entorno sociopolítico y económico.
- Expresión gestual, oral y escrita.
- Conocimiento del idioma Inglés.
- Proceso contable.
- Estadística.
- Derecho corporativo y empresarial.
- Administración y logística de eventos.
- Gestión de la imagen corporativa.
- Medios de comunicación.

- Imagen y Protocolo.
- Relaciones Públicas Internacionales.

5.4.3 Campo ocupacional del relacionista público.

Organizaciones: ONG, culturales, educativas, religiosas, políticas, gremiales, de bien social, artísticas, deportivas, medios de comunicación; organismos estatales: ministerios, gobernación, municipalidades, asesoría a personas: empresarios, políticos, artistas, empresas privadas de productos y servicios, agencias de publicidad.

Valor agregado en el campo Publiirrelacionista con conocimientos en redes sociales. Tendrá por objetivo contribuir en la distribución de mensajes a través de las redes sociales que El Comité maneja y monitorear a posibles donantes (Agencias internacionales, empresa privada, extranjeros y voluntarios.) También deberá apoyar a la comunidad con el uso de tecnología y técnicas como fotografía, logística, entre otras actividades.

5.4.4 Valores del relacionista público:

- Confianza
- Honestidad
- Objetividad
- Integridad
- Confidencialidad

- Cumplimiento de compromiso con El Comité Salvadoreño El Piche
- Ética profesional y corporativa
- Filosofía:
- Alto sentido de prioridad y responsabilidad ante la necesidad del Comité Salvadoreño El Piche en las redes sociales, enfocadas a dar resultados.
- Relaciones a largo plazo con los fundadores y nuevos miembros del Comité Salvadoreño El Piche.

5.4.5 Estrategias del perfil del profesional:

- Ganar visibilidad online:
- Obtener un buen posicionamiento en buscadores.
- Aumentar las visitas a la web
- Generar interés por el Comité Salvadoreño El Piche
- Crear comunicación con los donantes:
- Definir los canales de comunicación más adecuados según el target.
- Generar contenidos que susciten interés entre los seguidores.
- Fomentar las interacciones y la participación

Fidelidad al Comité Salvadoreño El Piche:

- Aportar contenidos de calidad a través de los canales más adecuados.
- Planificar y difundir campañas exclusivas.
- Fomentar la conversación con el Comité Salvadoreño El Piche.
- Facilidad para entablar relaciones interpersonales y trabajo en grupo.
- Participar en las conversaciones y responder a las dudas y comentarios.
- Crear una relación directa y honesta con líderes de opinión.
- Relacionarse y conectar con blogueros y usuarios que traten temas relacionados con el sector de la organización de forma transparente.
- Monitorear y escuchar
- Crear contenidos relacionados con la organización y compartirlo en las plataformas que crea más oportunas.
- Suministrar contenido interesantes.
- Excelente manejo de equipo y herramientas que utilizara como las computadoras, Twitter, Facebook, Instagram y YouTube.

Las redes sociales más populares y que se proponen para trabajar la información relacionada al Comité son las siguientes:

- Facebook: Alrededor de un 94% de las entidades tienen un perfil en Facebook, es una red que permite transmitir información valiosa de las campañas de captación, sensibilización y venta de productos solidarios; es un escenario perfecto para

compartir historias, opiniones y establecer diálogos. Las campañas adquieren vida y son compartidas en FB como punto neurálgico de conversaciones sin límite, se suele utilizar para hacer un resumen del proyecto, resultados obtenidos. FB es por tanto una de las bases del trabajo del community manager. Cada día vemos más eventos solidarios que se desarrollan dentro de la plataforma de esta red social; concursos fotográficos, exposiciones, promoción de eventos, invitación a charlas y talleres, etc.

- Twitter: con un 76% de presencia, sigue en la lista y es muy utilizada para compartir enlaces de eventos y campañas de captación de fondos. Como sabemos el mensaje es breve, de ahí la habilidad de sintetizar para promocionar eventos solidarios y promocionar nuestras campañas de captación de fondos. Es importante usar una serie de hashtags que identifiquen la causa así como crearlos en función de la campaña o actividad que se realice. Twitter es un centro de distribución de la información que no puede ser descuidado por una ONG que pretenda ampliar su presencia en la red. Aquí la interacción es constante y debemos trascender hacia la conversación.
- YouTube: con casi 50% de presencia de ONG's, es fundamental para compartir material multimedia; el video es una herramienta muy importante para contar historias y conseguir que el público objetivo se sienta motivado a colaborar y a compartir la información. Hay que dar de alta el canal de YouTube si sabemos

que podremos cargarlo de contenido valioso con regularidad y comenzar la búsqueda de suscriptores.

Referencias

Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación para administración: economía*. (2ª ed.). México, D.F.: Pearson educación.

Comité Salvadoreño El Piche. (s.f.). Recuperado de <http://www.elpiche.org>

Duran, A. (2014). *Planificación estratégica de las rr.pp.* Recuperado de http://www.albertodeduran.es/wp-content/uploads/2014/08/3x02-Planificaci%C3%B3n-estrat%C3%A9gica-de-las-RR.PP_.pdf

Fundación Wikimedia, Inc. (s. f.). *Relaciones Públicas*. Recuperado de [es.wikipedia.org/wiki/Relaciones_p%C3%BAblicas#Historia_de_las_Relaciones_P.C3.BAblica](https://es.wikipedia.org/wiki/Relaciones_p%C3%BAblicas#Historia_de_las_Relaciones_P%C3%BAblicas)

Fundación Wikimedia, Inc. (s. f.). *Encuesta*. Recuperado de <https://es.m.wikipwdia.org/wiki/encuesta>

Ley de Asociaciones y fundaciones sin Fines de Lucro. (1995). Recuperado de <http://www.transparencia.gob.sv/institutions/cnr/documentos/2473/download>

Morales Velado, O. (1993). Organizaciones no gubernamentales y sociedad civil El Salvador. *Revista Realidad*. Recuperado de <http://www.uca.edu.sv/revistarealidad/?pag=revista&idrevista=97>

Universidad Tecnológica de El Salvador. (s. f.). *Evolución histórica de las ONG*.
Recuperado de <http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/auprides/16885/capitulo%201.pdf>

Zacarías, E. (s. f.). *Pasos para hacer una investigación: así se investiga*. (3ª ed.). Santa Tecla: Clásicos Roxsil.



Anexos

Anexo 1. Cuestionario para recopilación de información

ENCUESTA

Objetivo: Conocer de primera mano la percepción de las personas beneficiadas por el Comité Salvadoreño El Piche lo cual contribuirá al trabajo investigativo que se está realizando a la Fundación, por estudiantes de la Universidad Tecnológica de El Salvador.

I DATOS GENERALES

Edad:

18 a 22 años

23 a 27 años

28 a 32 años

Otros: _____

II CONOCIMIENTO SOBRE EL COMITÉ SALVADOREÑO EL PICHE Y SUS ACTIVIDADES

¿Ha escuchado hablar del Comité Salvadoreño El Piche? SI NO

Sabe ¿qué actividades realiza El Comité Salvadoreño El Piche? SI NO

¿Es la primera vez que participa en un evento organizado por Don Enot Rubio? SI NO

Conoce usted de las mejoras que se han logrado gracias a la gestión de la Fundación SI NO

¿Sabía que El Comité Salvadoreño El Piche ha apoyado a mejorar las condiciones de vida de los Salvadoreños en todo el País? SI NO

III DISPOSICIÓN DE APOYAR DEL ENCUESTADO

¿Estaría dispuesto a colaborar con El Comité Salvadoreño El Piche?

SI NO

¿Por qué?

¿Qué tipo de apoyo le brindaría usted al Comité Salvadoreño El Piche?

Monetaria Voluntariado Otros

¿Consideraría ser un voluntario permanente y apoyar al Comité Salvadoreño El Piche?

SI NO Otros

¿Que lo motivaría hacer un voluntariado?

Altruismo calidad de vida fe espíritu de vida

Anexo 2. Galería fotográfica de entrevistas



Entrevista a Enot Rubio en el evento de la Policía Nacional Civil.



Entrevista al Cnel. Eliu Fuentes Velarde.



Coronel Eliu Fuentes Velarde, brinda entrevista del Comité Salvadoreño El Piche



Hermanos Fuentes Velarde conocen los inicios del Comité Salvadoreño El Piche



En las oficinas de IAIP de INPEP

Anexo 3. Resumen informativo relacionado al Comité Salvadoreño El Piche

Página Oficial del CIFCO

CIFCO se une al Comité Salvadoreño “El Piche” para presentar a Tercer Cielo en concierto y apoyar una noble causa.

2 de febrero de 2017

Este día, se llevó a cabo una conferencia para el lanzamiento de la campaña nacional “Manos Amigas – Unidos por la Educación de El Salvador” impulsada por el Comité Salvadoreño “El Piche” y cuyo objetivo es recaudar los fondos necesarios para la construcción de un complejo en donde a niños y jóvenes de escasos recursos económicos puedan acceder a una formación con estándares educativos superiores en el cantón El Piche, jurisdicción del municipio El Carmen, departamento de La Unión.

Diario Libre

Comité El Piche recibe donativos de personas altruistas que obsequian sillas de ruedas, computadoras, muletas y que serán entregados a salvadoreños más necesitados.

06 de noviembre de 2017

Comité El Piche trabajó el día de ayer y ahora en Los Ángeles, Estados Unidos en la recaudación de sillas de ruedas, muletas, bastones, computadoras y otros accesorios para poder ser donados a las personas más necesitadas de El Salvador.

Enot Rubio, Presidente del Comité Salvadoreño “El Piche” manifestó que ayer y ahora se reunieron en el estacionamiento de Fiesta Mexicana Banquet Hall en Los Ángeles para poder recaudar donativos que serán traídos a El Salvador en el mes de diciembre.

La Prensa Gráfica

Empresario de EUA dona \$100,000 para nuevo Complejo Educativo Cantón El Piche.

3 de Septiembre de 2017

Un empresario radicado en Los Ángeles, California, Estados Unidos (EUA), hizo llegar un donativo de \$100,000 al Comité Salvadoreño El Piche para que sea invertido en la construcción del nuevo Complejo Educativo Cantón El Piche, en el municipio de El Carmen (La Unión).

El proyecto tendrá un costo total de \$1, 857,000, y actualmente ya se ha logrado recaudar \$930,000, además de algunos equipos que ya han sido donados.

Página Web del Ministerio del Exterior

Cancillería apoya proyecto para construcción de centro escolar en La Unión.

Miércoles, 22 Febrero 2017

Este día se dieron a conocer una serie de actividades en apoyo a la campaña denominada "Manos amigas – Unidos por la Educación de El Salvador", que desde la ciudad de Los Ángeles, California, Estados Unidos, el Comité Salvadoreño "El Piche" lleva a cabo para la construcción del centro escolar del municipio de El Carmen, departamento de La Unión.

Mercados y Tendencias

¿Quiénes son los embajadores de la Marca País de El Salvador?

19 de septiembre de 2017

Enot Rubio. Salvadoreño altruista radicado en EE.UU pero originario del cantón El Piche, departamento de La Unión. En 2013 fue nombrado por la Asamblea Legislativa como "Distinguido Ciudadano de El Salvador", por sus actividades altruistas y de beneficio social en favor de la población salvadoreña que realiza a través de su Comité Salvadoreño El Piche.

Anexo. 4 Glosario

Antesala: Arquitectura, habitación o sala de espera anterior a una sala

Afiliados: Los afiliados son personas o empresas que mantienen entre sí una relación comercial de interés mutuo donde las dos partes obtienen algún tipo de beneficio.

Suelen surgir este tipo de acuerdos entre empresas y sus proveedores o entre negocios independientes.

Alcance Viral: Es una unidad de medida que calcula el número de personas que han visto una publicación a través de otros contactos.

Analítica Web: Es la forma de medir y analizar los datos de tráfico de un sitio web, a través del cual nos va a permitir tomar las mejores decisiones y optimizar los objetivos del negocio

Canal: A simple vista es el medio de comunicación por el cual se difunde un mensaje.

En social media llamamos canal a la cuenta que un usuario tiene en Youtube para difundir sus vídeos. Es una forma directa, visual y dinámica de consumir y emitir contenidos en Internet.

Comunidad Online: Conjunto de personas con presencia en medios digitales y redes sociales que comparten y dialogan en el entorno 2.0 generalmente en torno a una marca o temática.

Community Manager (CM): Persona encargada de gestionar y dinamizar la comunidad online que gira en torno a una marca. Entre sus muchas funciones el CM es creador de

contenidos, gestor de la reputación online de la marca así como analizar y usar métricas para medir los resultados de las acciones implantadas.

Controversia: Discusión extensa entre varias personas que defienden opiniones contrarias sobre un mismo asunto.

Cortoplacista: Que persigue resultados o efectos a corto plazo.

Dominio: Es el nombre con el cual se registra una marca, una persona o una empresa en Internet para tener su propio “nombre”.com, .es o .org. Los dominios se pagan anualmente y su precio ronda entre los 25 y los 250 Dólares al año.

Embajadores: Son las personas que te demuestran su apoyo y te ayudan a difundir contenidos y publicaciones. Pueden surgir de manera espontánea en redes sociales o ser personas de tu círculo más cercano.

Esbozos: proyecto, plan o cosa que puede alcanzar mayor desarrollo y extensión.

Engagement: Es la sensación de pertenencia y unión emocional entre una marca y un usuario. Es el objetivo de toda marca o empresa en redes sociales.

Fan Page: También llamada página de fans, es la plataforma que ofrece Facebook a las empresas, marcas u organizaciones para visibilizar y conectar con los usuarios. A diferencia de un perfil, una Fan Page no tiene límite de fans y es posible tener acceso a la información estadística de la página.

Facebook: Es una red social con gran capacidad de relacionamiento.

Foto de perfil: Es la foto principal que aparece en una biografía personal o página de una red social.

Foto de portada en Facebook: Es una imagen grande que se sitúa al principio de tu biografía en Facebook, justo debajo de la foto de su perfil.

Followers: Son los seguidores de un usuario o marca en twitter.

Geolocalización: Término que hace referencia al posicionamiento y a la localización geográfica de un negocio, persona o lugar a través de coordenadas que permite situar cualquier elemento en el mapa. Es una herramienta fundamental para aplicaciones y comercial a través del mobile

Instagram: Es una red social visual que permite a los usuarios compartir imágenes tomados con su teléfono móvil con otras personas de la comunidad.

Influenciador: En social media es aquella persona que tiene capacidad para viralizar y compartir contenidos con un amplio número de personas.

Informe: Documento informativo del estado de los planes de acción en las diferentes estrategias Social Media y que incluye datos cuantitativos y cualitativos provenientes del resultado de la analítica web.

Lobbying: Es la actividad mediante el cual el encargado (el lobista) se comunica con una persona a fin de tratar de influir en lo que esta persona hará o no al respecto a determinado asunto.

Stakeholder: es una palabra del inglés que, en el ámbito empresarial, significa 'interesado' o 'parte interesada', y que se refiere a todas aquellas personas u organizaciones afectadas por las actividades y las decisiones de una empresa.

Marca Personal: Conjunto de estrategias enfocadas a potenciar las capacidades y aptitudes de una persona en el medio online.

Mapping: Seguimiento y análisis diario de un caso.

Marketing de Contenidos:

Son aquellas estrategias de marketing enfocadas en ofrecer contenidos útiles y de ayuda a los usuarios a través principalmente del blog y del social media marketing.

Marketing Online: Consiste en aquel conjunto de técnicas y estrategias de marketing que se desarrollan y tienen lugar en el medio online y a través de la comunicación 2.0

Monotemática: Que hace referencia a un único tema, o que trata constantemente un mismo tema.

Parlamentario: Política, Institución política constituida por una asamblea encargada de aprobar las leyes y controlar la actividad del gobierno hoy se debate en el parlamento el proyecto ley.

Page Rank: Es el valor numérico con el que Google califica a las páginas y plataformas web, incluidas las redes sociales. Es un valor representativo de la calidad y la importancia del sitio web.

Participación: Consiste en todos aquellos actos dónde los usuarios son activos en forma de comentarios, opiniones o compartiendo contenidos en las redes sociales y blogs.

Relaciones públicas: Actividad profesional que se ocupa de promover o prestigiar la imagen pública de una empresa o de una persona mediante el trato personal con diferentes personas o entidades. Persona que se dedica a esta actividad o profesión.

Reputación Online: Es el conjunto de opiniones y experiencias (positivas o negativas) de usuarios y consumidores que giran en torno a una marca, producto o empresa generadas en el entorno 2.0 y las redes sociales.

RT: Son las siglas de la palabra “Retweet” y se usa frecuentemente en twitter y que consiste en compartir el Tweet de otra persona.

Segmentar: En redes sociales, segmentar es la acción por la cuál se dirige una publicación a un grupo de personas con un perfil determinado. , edad, estado civil, ocupación o gustos. Las marcas y empresas usan la segmentación en Facebook para aumentar la efectividad de la publicación entre su público objetivo.

Streetmarketing: Estrategia de marketing que consiste en efectuar campañas publicitarias y eventos de una marca en el medio urbano o lugares públicos.

Suscriptores: Personas que previo registro e inscripción ceden sus datos a una marca o empresa y dan el consentimiento de recibir información o novedades relacionadas con los productos o servicios de la empresa.

Target: Significa el público objetivo. Es aquel conjunto de personas más receptivas por sus características a un producto, marca o servicio. será imprescindible definir y conocer bien a tu público objetivo para saber cómo aportarle valor en las redes sociales.

Tráfico Web: Son las visitas que tiene un sitio web. Podemos diferenciar entre número de visitas, número de visitantes únicos y número de páginas vistas. Siempre será mayor el número de páginas vistas, luego el de visitas y por último el de visitante únicos.

Timing: Revisar a cada hora para tomar decisiones oportunas.

TT: Son las siglas de “Trending Topic” y es una de las abreviaturas más famosas de twitter para asignar los temas más importantes e influyentes del momento. Puedes ver los trending topic según el país o ciudad que elijas.

Tweet: Es el mensaje con el que nos comunicamos en twitter y es característico por no poder superar un total de 140 caracteres. A parte del texto un tweet puede contener varios elementos como una imagen, un enlace, uno o varios hashtag (#) o incluir una mención a uno o varios usuarios (@)

Video Marketing: Estrategia de marketing que tiene como principal objetivo transmitir, promocionar un producto o servicio a través de vídeos.

Viral: Un contenido viral, del tipo que sea, es aquel que se difunde y se comparte como la pólvora entre diferentes usuarios y a través de diferentes medios y redes sociales.

Videoblog: Medio de comunicación formado por una galería o colección de vídeos creados por uno o más autores. Pueden ser de cualquier temática. Servicios de vídeo online como Youtube son la plataforma perfecta para difundir este tipo de contenidos audiovisuales.

Webinar: También se les llama “webminars” son eventos o conferencias que tienen lugar en el medio online.

Widget: Pequeña aplicación informática de fácil instalación que puede aportar al sitio web diversas funcionalidades.

Wiki: Proviene del término hawaiano “wiki” que significa rápido y son aquellas plataformas o sistemas de información de fácil y ágil consulta. La más famosa de todas es la Wikipedia.

Youtuber: Son las personas que crean y suben vídeos a Youtube y que han convertido su canal en algo más que un hobby, llegando a convertirse, en muchos casos, en su profesión.

Footer: es la parte inferior de una estructura web en la que generalmente se incluyen links de navegación, enlaces de interés, copyright o botones a las redes sociales del site.

Plugin: es aquella aplicación que, en un programa informático, añade una funcionalidad adicional o una nueva característica al software.

Píxeles: es la unidad más pequeña y diminuta de una imagen digital y está presente en un inmensurable número para formar una imagen completa.

Slideshow: Una presentación de una serie de diapositivas fotográficas, por lo general con una explicación hablado o grabado. Cualquier secuencia de imágenes, se muestra una después de la otra (no simultáneamente).