

Universidad Tecnológica de El Salvador

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



TEMA

**LAS RELACIONES PÚBLICAS EN LAS ORGANIZACIONES NO
GUBERNAMENTALES; ESTRATEGIAS UTILIZADAS EN LA CAPTACION DE
FONDOS PARA PROGRAMAS SOCIALES EN EL SALVADOR, CASO
ESPECÍFICO FUNDACION COATEPEQUE.**

TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:

**FLOR DE MARIA GRANDE CARRERO
SUSANA VANESSA MORENO RAMOS
NANCY BEATRIZ ZAVALA HERNÁNDEZ**

**PARA OPTAR AL GRADO DE:
TÉCNICO EN RELACIONES PÚBLICAS**

SEPTIEMBRE, 2016

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTRO AMÉRICA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

ING. NELSON ZARATE SÁNCHEZ

RECTOR

LIC. JOSE MODESTO VENTURA

VICERRECTOR ACADÉMICO

LICDA. ARELY VILLALTA DE PARADA

DECANO

LICDA. CLAUDIA LISSET MORALES

PRESIDENTA DEL JURADO

LIC. FIDEL ARTURO LÓPEZ EGUIZÁBAL

PRIMER VOCAL

LICDA. HEYDI CORALIA CUELLAR DE ALBERTO

SEGUNDO VOCAL

SEPTIEMBRE, 2016

SAN SALVADOR. EL SALVADOR, CENTRO AMÉRICA

ACTA DE EXAMEN PROFESIONAL

HABIÉNDOSE REUNIDO EL JURADO CALIFICADOR INTEGRADO POR:

Lic. Fidel Arturo López Eguizabal, Licda. Heydi Coralia Cuellar de Alberto, Licda. Claudia Lisset Morales, a las 6:00p.m. del día Martes, 21 de Junio de dos mil dieciséis.

Y LUEGO DE HABER DELIBERADO SOBRE EL EXAMEN PROFESIONAL DE LAS ALUMNAS:

1-Flor de María Grande Carrero	Carnet 09-0044-2014
2-Susana Vanessa Moreno Ramos	Carnet 09-3776-2014
3-Nancy Beatriz Zavaleta Hernández	Carnet 09-0681-2013

QUIEN PRESENTÓ DEFENSA DE SU TRABAJO DE GRADUACION TITULADO:

"Las Relaciones Públicas en las organizaciones no gubernamentales; estrategia utilizada en la captación de fondos para programas sociales en El Salvador"

PARA OPTAR AL GRADO DE:

TECNICO 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, 21 de Junio de dos mil dieciséis.

F.

PRIMER VOCAL

Lic. Fidel Arturo López Eguizabal

F.

SEGUNDO VOCAL

Licda. Heydi Coralia Cuellar de Alberto

F.

PRESIDENTE DEL JURADO

Licda. Claudia Lisset Morales

AGRADECIMIENTOS

A Dios:

Por darme salud, sabiduría, fuerza para salir adelante, ha sido el pilar más fuerte en mi vida en cada momento que lo he necesitado ha estado ahí para ayudarme, agradecerle por permitirme realizar un logro más en mi vida.

A mi papá: José Manuel Zavaleta, gracias por apoyarme siempre en cada paso que he dado en mi vida, gracias por sus consejos por estar pendiente de mí y preocupado de lo que me hiciera falta, le agradezco infinitamente papá porque aunque se encuentre lejos de mí usted siempre está cerca acá en mi corazón gracias por siempre estar ahí cuando más lo necesitaba, gracias por creer y confiara en mí te adora papá.

A mi mamá: Blanca Estela Hernández, gracias por darme la vida y por su valioso tiempo que me ha brindado en cada paso de mi vida, este logro es gracias a ti mamá que siempre me apoyo y me dio ánimos de seguir adelante y no rendirme jamás, te amo mamá.

A mi hermana: gracias Katherin porque hubieron muchas noches que me acompañaste en los desvelos, te agradezco por siempre estar ahí apoyándome, te quiero mucho.

A mi asesora: gracias Licenciada Heydi Cuellar de Alberto, por su tiempo, espacios y dedicación que brindo para la elaboración de nuestro trabajo.

AGRADECIMIENTOS

A Dios:

Al Licenciado: Alejandro Villacorta Gracias por su apoyo durante el proceso de investigación y por permitirnos trabajar con su Fundación.

Nancy Beatriz Zavaleta Hernández

Por prestarme la capacidad, la paciencia, la vida y la voluntad para seguir adelante y culminar mi carrera universitaria, por poner en mi camino a personas que me apoyaron y aconsejaron a seguir el camino indicado; por el conocimiento adquirido a lo largo de estos años y así poder ponerlo en práctica con pasión y esmero en el desarrollo de mi carrera, Relaciones Públicas.

A mi madre: Por darme la vida, su apoyo, confianza, sus consejos, regaños, y sobre todo sus sacrificios y preocupaciones día a día, por desvelarse con migo, madrugar con migo y arriesgarse cada madrugada junto a mí. Este logro no es solo mío es de las dos. Gracias por haberme dado todo cuanto pudiste. Más que mi logro es nuestro logro.

A mi abuela: por sus oraciones y porque siempre que mi madre no podía ahí estaba ella. Gracias por no dejarme nunca y haberme ayudado con la culminación de mi carrera

A mi asesora: Por ser nuestra guía en este proceso, por esa ayuda que nos brindó siempre que la solicitamos, por su tiempo y dedicación, por sus correcciones y sobre todo su paciencia, entrega y buena disposición.

AGRADECIMIENTOS

A Dios:

Al licenciado: Alejandro Villacorta, por darnos la oportunidad de trabajar con la Fundación Coatepeque y apoyarnos durante todo el proceso de investigación

Susana Vanessa Moreno Ramos

Por brindarme la vida y siempre mostrarme todo su amor con cada dificultad que he tenido, por permitirme siempre salir adelante con mis sueños.

A mi familia: Porque en cada paso de mi carrera me han brindado su apoyo, en especial a mi padre Douglas Neftalí Grande

A mis hijos: Javier Fabricio y Adriana Sofía son mi fuerza e inspiración.

A mi abuela: Paula Grande Grande, por ser ese soporte, esa palabra de aliento.

A mi esposo: Javier Mestizo por ser paciente y apoyarme en mis estudios.

A mis benefactores: Este triunfo no se hubiera logrado sin su apoyo, recibir esta beca fue una gran bendición en mi vida.

A mis amigas: Jennifer Knapp y Angélica Acosta por creer en mí, por estar ahí en el momento justo y cuando más necesitaba esa mano amiga.

AGRADECIMIENTOS

A Dios:

A mi asesora: Gracias Licenciada Heydi Cuellar de Alberto por su tiempo, por siempre estar ahí para apoyarnos, en cada etapa de nuestro trabajo.

Al Director de la Fundación Coatepeque: Alejandro Villacorta por brindarnos el espacio, para realizar nuestra investigación, también por su apoyo y comprensión durante el proceso.

Flor de María Grande Carrero

Contenido

Introducción	10
Capítulo	10
Planteamiento del problema.....	1
1. Antecedentes.....	1
2. Planteamiento del problema.....	3
3. Objetivos	4
4. Justificación	5
5. Alcances y Limitaciones	6
5.1 Alcances.....	6
5.2 Limitaciones.....	6
Capítulo II	
Marco Teórico	7
1. Marco conceptual.....	7
2. Relaciones Públicas	7
2.1 Marketing.....	8
2.2 Publicidad	9
2.3 Relaciones Públicas	10
2.4 Relaciones Públicas en las organizaciones no gubernamentales	11
3. Desarrollo de Programas Sociales por Organizaciones no Gubernamentales	13
4. Captación de Fondos para programas sociales en Organizaciones No Gubernamentales	16
5. Estrategias de Relaciones Públicas (Internas y Externas)	19
5.1 Internas.....	19
5.2 Externas.....	19
5.3 Acciones de las Relaciones Públicas	20
5.4 Estrategias	21

Capitulo III	
Metodología.....	23
1. Delimitación de la investigación.....	23
2. Metodología de la investigación.....	23
3. Método, técnica e instrumento de investigación.....	24
3.1 Instrumentos de estudio	24
3.2 Entrevistas personales	25
3.3 Encuestas.....	25
3.4 Entrevista	25
3.5 Otros métodos de estudio.....	26
Capitulo IV Análisis de resultados	30
Capítulo V Conclusiones y Recomendaciones	40
1. Conclusiones	40
2. Recomendaciones.....	42
3. Estrategias	45
4. Referencias.....	48
5. Anexos.....	51

Introducción

El presente trabajo de investigación tiene como fin mostrar la importancia de las Relaciones Públicas en las organizaciones no gubernamentales y las estrategias utilizadas en la captación de fondos para programas sociales en El Salvador.

Para tal fin en el capítulo I de la investigación se desarrolla el planteamiento del problema definiendo los antecedentes, definiciones objetivas, justificaciones, alcances y limitaciones.

En el capítulo II de la investigación contiene el Marco Teórico dando a conocer el marco conceptual, definiciones de Relaciones Públicas, Marketing, de Publicidad, una breve explicación sobre la aplicación de las Relaciones Públicas en las organizaciones no gubernamentales, cómo ejercer el desarrollo de programas sociales por organizaciones no gubernamentales, mostrando cuáles son las estrategias internas y externas de las Relaciones Públicas, al igual definir el concepto de estrategia y dar a conocer algunas etapas de la misma.

En el capítulo III de nuestra investigación contiene la metodología, donde se explica las limitaciones de la investigación, cuál es la metodología utilizada para dicha investigación, también se plasman los métodos, técnicas e instrumentos de investigación, se muestra el sujeto de estudio al igual que las entrevistas y encuesta con la explicación a quienes fueron dirigidas ambas.

El capítulo IV de la investigación, presenta el análisis de resultados, en donde se muestran las gráficas de la tabulación de datos realizada de los formularios pasados en el Lago Coatepeque, al igual mostrando el análisis de cada interrogante.

El deseo de las autoras es que este documento contribuya al logro de los objetivos de estudio, con principal énfasis en dar a conocer la mejor manera en la que cualquier Organización no gubernamental desarrolle los pasos necesarios para mejorar la captación de fondos para programas sociales.

Es por ello que en nuestra investigación se detallan claramente cuáles son los objetivos de la fundación y algunas estrategias que brindamos a la fundación para poder atraer más fondos y así seguir ayudando a la comunidad en pro del desarrollo a los habitantes del lago Coatepeque.

Capítulo I

Planteamiento del problema

1. Antecedentes

En El Salvador algunas organizaciones no gubernamentales (ONG's) nacen con el propósito de buscar mejorar las diferentes facetas de grupos humanos, tanto en su vida como en su entorno, existen diferentes organizaciones que buscan llevar bienestar a través de algunas áreas de influencia como: la protección de los derechos humanos, el desarrollo social y profesional, además de la protección del medio ambiente entre otras áreas.

La principal problemática con la que se encuentran las diferentes ONG's de El Salvador es la falta de recursos económicos para llevar a cabo los diferentes programas sociales que se plantean con el fin de mejorar los diferentes ámbitos del ser humano, tal es el caso del cuidado de los mantos acuíferos.

La Fundación Coatepeque nace en 1993, fue creada por un grupo de empresarios dispuestos a trabajar para contribuir en el manejo y desarrollo integral de la cuenca del Lago de Coatepeque.

La personería jurídica la adquirieron el 18 de febrero de 1994 y a partir de esa fecha se trabaja por el desarrollo de las comunidades y la conservación del medio ambiente de la cuenca. Durante los primeros años la fundación Coatepeque logró entregar a las comunidades proyectos como: baños y lavaderos públicos; logrando con ello que la

población no continuara con la contaminación del lago lavando en sus aguas. Otra gran labor de la fundación ha sido el desarrollo de proyectos de reforestación, las múltiples campañas se han llevado a cabo con la colaboración de las comunidades, organizaciones no gubernamentales y voluntariado.

“Fundación Coatepeque ha logrado, gracias a las donaciones de sus miembros y otros colaboradores, ser propietaria de áreas naturales en la cuenca; Su visión se enfoca en ser una organización sin fines de lucro, no religiosa y no partidaria, conformada por personas comprometidas, cuyo objetivo es la restauración, recuperación, protección y conservación de la cuenca del Lago de Coatepeque...” (Coatepeque, 2013)

Para poder realizar todos y cada uno de los proyectos mencionados ha necesitado del apoyo de empresas y diferentes personas naturales que comprometidas con el medio ambiente han apoyado su causa.

La captación de fondos para programas sociales es todo un reto, esto debido a los altos índices de pobreza, por lo que las ONG´s se enfrentan día a día con una gran dificultad para llevar a cabo sus programas a pesar de estos siempre están dirigidos a mejorar el entorno o la calidad de vida del ser humano, es por ello que a través de la investigación se buscara la manera de visibilizar las actividades a realizar por la Fundación Coatepeque por medio de las Relaciones Públicas para obtener la captación de fondos, ya sea de empresas, personas u organizaciones que le permitan continuar con su labor

de proteger la cuenca del lago. *“De esta manera conservar una de las joyas medio ambientales del país, que además de ser uno de los más grandes mantos acuíferos, permite la conservación de diferentes especies tanto aviares como terrestres y acuíferas, unas incluso en peligro de extinción”*. (Coatepeque, 2013)

2. Planteamiento del problema

En El Salvador existen muchas ONG's que necesitan un buen manejo de Relaciones Públicas y Comunicaciones para mantener la buena imagen de las organizaciones o fundaciones, el sujeto de estudio en la presente investigación es la Fundación Coatepeque.

“ El lago Coatepeque es un espejo de 2,400 hectáreas de agua azul oscuro, que cuenta con un enorme potencial para el desarrollo agrícola, forestal y turístico, su cuenca se ve constantemente amenazada por la contaminación de agroquímicos, detergentes, desechos humanos y por la deforestación”.

(Coatepeque, 2013)

La fundación trabaja con varias empresas que desarrollan Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y con el apoyo en centros escolares. También realiza actividades deportivas y de entretenimiento para poder obtener fondos entre ellas: “a Coatepeque en bicicleta” es el recorrido de ciclistas en bicicleta hasta el lago, “torneo intercolegial de futbol” se coordina con los diferentes directores de las escuelas del lago y los puestos policiales.

“Además de contar con el apoyo de 12 Asociaciones de Desarrollo Comunal

(ADESCOS) de 16 existentes, que se encargan de darle mantenimiento al lago, La fundación también necesita la utilización de una buena estrategia de Relaciones Públicas para la captación de fondos que ayuden en los programas sociales''. (Coatepeque, 2013)

La investigación abarcara puntos estratégicos de Relaciones Públicas con los que la fundación cuenta para lograr una buena captación de fondos para realizar programas sociales de ayuda a la comunidad. De igual manera se analizarán los problemas de Relaciones Públicas, que la fundación maneja con la finalidad de aportar posibles soluciones que contribuyan a mejorar la buena imagen y la captación de fondos.

En virtud de ello se dice que la Fundación Coatepeque no cuenta con estrategias de Relaciones Públicas específicas, más bien, para obtener fondos realiza distintas actividades ya antes mencionadas. El estudio contribuirá con la fundación para poder crear una excelente estrategia de Relaciones Públicas que permita la captación de fondos.

3. Objetivos

Crear estrategias de Relaciones Públicas que permitan a Fundación Coatepeque, contar con el propósito de incentivar a personas naturales y/o representantes de empresas nacionales e internacionales a ser parte del proyecto de preservación del lago de Coatepeque, a través de voluntariados y donaciones.

- a) Identificar las principales necesidades de sostenibilidad que presente Fundación Coatepeque para continuar con el desarrollo de planes que permitan la conservación y mantenimiento del agua.
- b) Indagar la percepción de los habitantes de las riveras del lago Coatepeque acerca de la labor que la fundación realiza, así como la disponibilidad que estos presentan para contribuir en el cuidado del lago.
- c) Atraer la ayuda de posibles donantes, en beneficio de la preservación del lago de Coatepeque, para que a través de ello la fundación siga en la realización de su labor preservadora.

4. Justificación

En su mayoría, las fundaciones sin fines de lucro tienen la imperiosa necesidad de la captación de fondos, fundación Coatepeque no escapa de ello, por eso es necesario desarrollar una buena estrategia de Relaciones Públicas que permita contribuir en el desarrollo de programas sociales como son: labores de limpieza, reforestación y seguridad del lago de Coatepeque y sus alrededores.

Se pretende incrementar los fondos que cada año aportan los colaboradores internos y externos, en ello radica la importancia de esta investigación a fin de contribuir con la fundación para mejorar su imagen y mostrar sus proyectos.

Los resultados de la investigación beneficiarían a los diferentes públicos, como son: dueños de quintas, habitantes de las comunidades, comerciantes y turistas, los cuales gozaran de un ambiente más agradable.

5. Alcances y Limitaciones

5.1 Alcances

- a) El estudio que se presenta explorará las condiciones y necesidades que presenta Fundación Coatepeque en cuanto a la captación de fondos para la preservación del lago de Coatepeque.
- b) La investigación abarca a habitantes del municipio de Coatepeque y a personas con capacidad y disponibilidad de ser parte de la obra que realiza la fundación.

5.2 Limitaciones

- a) La falta de visibilización y socialización acerca de la labor que realiza Fundación Coatepeque en pro de mantener en buen estado el lago.
- b) La posible falta de interés o disponibilidad de las personas en cuanto a la contribución que permite el seguimiento y mantenimiento de las buenas condiciones que presenta el lago y sus alrededores, a través de la fundación.

Capítulo II

Marco Teórico

1. Marco conceptual

Para lograr un análisis a profundidad acerca del estudio de las Relaciones Públicas en las ONG's y las estrategias utilizadas para la captación de fondos de sus programas sociales; es necesario desglosar y profundizar en el tema, esto; a través de los diferentes conceptos y teorías ya establecidas por diversos autores.

Igualmente, se debe tomar en cuenta las experiencias de algunas organizaciones no gubernamentales, siempre en el campo de Relaciones Públicas y captación de fondos, de manera que éstas se utilicen como base de sustentación para una investigación más profunda.

2. Relaciones Públicas

Puede decirse que las Relaciones Públicas se remontan a la antigüedad, pues ya en las sociedades tribales eran utilizadas en cierto modo para promover el respeto a la autoridad del jefe. Sin embargo, el renacimiento trajo consigo la libertad de expresión y el libre intercambio de ideas que dieron gran impulso a la profesión, la cual creció sin cesar.

Hoy en día las Relaciones Publicas son muy conocidas en el ámbito empresarial y de las organizaciones aunque con frecuencia aún se encuentran instituciones que carecen de una gerencia de Relaciones Públicas en sus organizaciones

“Además algunas instituciones no tienen claro la importancia de las Relaciones Públicas y por ende el rol del Publrrelacionista a esto se debe que en ocasiones dependen del área de Marketing”. (López, 2015)

“Algunos han llegado a pensar que las Relaciones Publicas, el Marketing y la Publicidad tienen la misma función, obviamente esto no es así, cada uno de los enunciados juega su propio rol sin duda son complementarios en algunas actividades” (Kotler, 2007)2.Marketing.

2.1 Marketing

La palabra Marketing tiene diversas definiciones. Según Philip Kotler (considerado por algunos el padre de la mercadotecnia moderna), *“es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes”.* (Kotler P. , 2007)

De manera que el marketing o también llamado mercadotecnia comprende el estudio y descubrimiento de necesidades de sus diversos públicos, para crear productos o servicios que satisfagan las necesidades del consumidor, pero sobre todo que conlleve un beneficio para la empresa; a través de la comercialización de estos productos o servicios.

“Por lo cual también se ha definido como una filosofía de la dirección que sostiene que la clave para alcanzar los objetivos de la organización reside en identificar las

necesidades y deseos del mercado objetivo y adaptarse para ofrecer las satisfacciones deseadas por el mercado de forma más eficiente que la competencia”. (Veronica, 2002)

2.2 Publicidad

Ahora bien definamos publicidad, a diario estamos expuestos a muchos contenidos publicitarios, a lo largo del día; al caminar por la calle y observar una valla publicitaria, a la hora de encender la televisión y ver un comercial, al momento de encender la radio y escuchar ofertas de productos o servicios en venta, en ese momento preciso en el cual se conduce a algún lugar y ve a su personaje favorito usando una playera o degustando un producto en representación de una marca, es ahí donde la publicidad está cobrando vida tratando de que se vean los mejores productos del mercado, intentando influenciar la mente a la compra de los mismos.

La publicidad es parte integral del sistema económico y está relacionada en forma directa con la fabricación, distribución, comercialización y venta de productos y servicios.

De acuerdo con Lambin (1993:130), la publicidad debe entenderse como *“la comunicación masiva, impersonal, pagada, unilateral, emanada de un anunciador presentado como tal y concebida para apoyar, directa o indirectamente, las actividades de la empresa”*. (Lambim, 1993)

La publicidad es una forma de comunicación que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio, insertar una nueva marca o producto dentro del mercado de

consumo, mejorar la imagen de una marca o reposicionar (o mantener mediante la recordación) un producto o marca en la mente de un consumidor.

Con frecuencia la publicidad tiende a ser confundida con la propaganda, dicha idea no es cierta; ya que la publicidad, como se ha dicho anteriormente, vende productos y servicios y la propaganda vende ideas (ideologías).

2.3 Relaciones Públicas

Para definir las Relaciones Públicas (RRPP) las cuales se encargan de mantener buenas relaciones entre los organismos y sus diversos públicos, ya sean internos o externos decimos que.

- a) La idea de RRPP hace referencia a aquellas acciones destinadas a la gestión de la comunicación entre una organización y una comunidad.
- b) Esto implica que las RRPP son las responsables de mantener en conformidad la buena comunicación entre públicos internos y externos, lo cual marca una gran importancia en toda institución.
- c) Las Relaciones Públicas son actividades llevadas a la práctica en la industria, asociación, corporación, gobierno u otra organización para promover y sostener sanas y productivas relaciones con personas tales como: consumidores, empleados o comerciantes y con el público en general, para así adaptarse al medio ambiente en beneficio propio y del entorno mismo.

En la actualidad existen agencias encargadas de prestar servicios para el manejo de las

RRPP en las instituciones, sean públicas o privadas, algunas de ellas son: PORTER NOVELLI, ESTRATÉGICA, Agencia GIBSON SIMAN, entre otras, ya que no todas las organizaciones tienen la facilidad o la disposición de tener una propia gerencia de Relaciones Públicas; como es el caso de Fundación Coatepeque, institución que carece de personal, debido a la falta de recursos económicos que la misma representa.

Dicha fundación ha llevado a cabo el desarrollo de diversos proyectos en pro del mantenimiento y la buena conservación del lago de Coatepeque, los cuales han beneficiado tanto a los pobladores de El Congo como a los dueños de las quintas que se encuentran en los alrededores de lago, pero sobre todo han permitido que la cuenca se mantenga en buenas condiciones.

Todo esto a través de proyectos que pretenden evitar la contaminación de esta reserva natural. Entre los cuales se puede mencionar: los lavaderos públicos y las campañas de limpieza, cuyo objetivo principal ha sido evitar que la cuenca se mantenga en condiciones desfavorables para la misma.

2.4 Relaciones Públicas en las organizaciones no gubernamentales.

Las Relaciones Públicas son disciplinas asociadas a empresas, políticos, artistas o grandes corporaciones ya que son sus clientes más habituales. Pero las relaciones públicas no sólo benefician a los sectores que tienen como objetivo maximizar sus ganancias, éstas van más allá, ayudan a las organizaciones sin fines de lucro y grupos filantrópicos de toda clase.

Las organizaciones sin fines de lucro en general obtienen sus fondos y recursos económicos de donantes particulares o corporativos, algunos venden productos o servicios para poder desarrollar sus actividades sociales. *“Es difícil obtener fondos para una organización social, aún más si no se tiene una imagen pública relevante o se utilizan medios de comunicación local, nacional o internacional para difundir sus acciones y/o gestiones”.* (Moreno, 2016)

Las Relaciones Públicas ayudan a crear canales de comunicación o mejorar los ya existentes con diferentes actores sociales, para ser más conocidos socialmente. Además de favorecer la creación de alianzas entre pares y otros sectores de la comunidad, logran construir una buena reputación e imagen de la organización a través de diseñar estrategias de Relaciones Públicas.

Las organizaciones no gubernamentales deben divulgar sus proyectos, acciones y necesidades, fomentar y sensibilizar sobre la temática que trabajan para hacer conocer sus actividades. De esta manera podrán visibilizar el quehacer de ellas y posicionarse ante los diferentes públicos y de esta forma ir ganando la confianza de la sociedad para lograr más proyectos.

Las relaciones públicas son una herramienta altamente efectiva si se desarrollan adecuadamente.

Un buen plan de Relaciones Públicas y Comunicación en las organizaciones contribuye en hacer más popular la causa o problemática social en la que trabaja la organización.

El ganar más apoyo social permitirá que más personas se comprometan y colaboren con la organización sin fines de lucro.

“Muchas de las organizaciones todavía no logran crecer más, porque cometen errores comunicacionales frecuentes como no comunicar que es lo que hacen, las Relaciones Públicas permiten a las organizaciones sin fines de lucro crear vínculos sociales que le permitan trabajar con más tranquilidad, tener un financiamiento estable y de esta forma alcanzar las metas que se fijaron.” (Esteban, 2001-2016)

Para la Fundación Coatepeque uno de sus problemas es la falta de fondos, entonces necesita estrategias de Relaciones Públicas que le ayude a visibilizarse y con ello a mejorar la captación de fondos. El principal público para ello son los dueños de las quintas actualmente son 465, quintas de las cuales solamente 125 están activas y dan una colaboración de \$400 dólares cada año, la fundación necesita tener más alianzas con diferente públicos que estén interesados en ayudar con fondos a la Fundación.

Algunas de las empresas que les ayudan son las siguientes: la compañía Claro, Vidrí, CITI, grupo VEXSAL, RIVERA Y RIVERA y VIVA en publicidad, pero el principal mercado de la fundación son las quintas que no están activas que serían 340 quintas.

3. Desarrollo de Programas Sociales por Organizaciones no Gubernamentales

Los Programas de Desarrollo Social son el instrumento utilizado por los gobiernos, las organizaciones y por las empresas con Responsabilidad Social

Empresarial (RSE) para mejorar la calidad de vida de los seres humanos protegiendo por este medio sus derechos.

Los trabajos de sistematización son, cada vez más, parte integrante de la metodología utilizada para la ejecución y consolidación de programas de desarrollo social, sobre todo si en la concepción de estos programas la participación comunitaria juega un rol predominante.

Cada capítulo del trabajo de sistematización de experiencias en el campo conoció de los programas de desarrollo social, citado en esta investigación la misma presenta una experiencia específica, ligada a un espacio físico y desarrollada en un tiempo determinado, así reflejan resultados positivos, sus fracasos y los problemas surgidos, como las soluciones adoptadas no tienen la pretensión de universalidad. Sin embargo, puede ser de interés.

En El Salvador a pesar de contar con una Ley de Desarrollo y Protección Social, aprobada en abril de 2014 la cual pretende que el gobierno del país deba contar con programas de desarrollo social permanentes que contribuyan a mejorar la calidad de vida de los salvadoreños, son muchos los vacíos que aún se tienen en cuanto a los programas, es por ello que los proyectos de desarrollo impulsados por las diferentes Organizaciones No Gubernamentales (ONG's) y las empresas que cuentan con RSE son tan importantes, para el progreso de sus pobladores como es el caso en estudio de la Fundación Coatepeque. (Grafica, 2014)

Desde el año de 1993 , ha contribuido con el desarrollo de diferentes programas sociales que han venido a mejora la calidad de vida de los habitantes de las orillas del lago, además de preservar la cuenca del mismo (lago), al conocer el trabajo que realizaría se decidió como objeto de estudio (Fundación Coatepeque) cuenta con diferentes programas de desarrollo social como son: preservar la limpieza a las orillas del lago, mantener limpia la cuenca, por medio de proyectos como la limpieza del fondo del lago con el apoyo de escuelas de buceo entre otros.

Para la Fundación lo más importante es preservar la cuenca del lago, además de apoyar al desarrollo social sus habitantes, por lo que desde sus inicios, han realizado diferentes programas como son la construcción de lavaderos y servicios sanitarios a los habitantes de las diferentes Asociaciones de Desarrollo Comunal (ADESCOS) que se encuentran a las orillas del lago, además contribuye con las escuelas en la infraestructura de la mismas, así también en la implementación de actividades que permiten concientizar a los alumnos/as , sobre el cuidado de la cuenca del lago, buscando de esta manera que en un futuro, las nuevas generaciones, también cuenten con la conciencia social de preservar el lago.

Para lograr mejorar los programas que ya existen e implementar otros con el mismo fin de preservación de la cuenca y la mejora de la calidad de vida de los habitantes de las orillas del lago, La Fundación cuenta con un programa de captación de fondos, pero este no es suficiente.

Por lo que con esta investigación se pretende mejorar las estrategias de Relaciones Publicas que les ayuden a visibilizar el quehacer de la Fundación y por ende la captación de recursos que permitan implementar más programas de desarrollo social, que la fundación crea convenientes para continuar cumpliendo con su visión y misión la cual es principalmente preservar la cuenca del lago evitando su contaminación y abonando a su crecimiento, con la protección de la contaminación de la misma.

4. Captación de Fondos para programas sociales en Organizaciones No Gubernamentales

“La filantropía está en el origen de la solidaridad y la captación de fondos tanto privados como públicos dar y recibir es una dinámica histórica presente en todas las sociedades y bajo diversas manifestaciones.

La filantropía es tan antigua como vivir en sociedad, y tan intrínseca a la naturaleza humana que se puede afirmar que todas las personas son filantrópicas, sólo se distinguen por la “causa” que apoyan. La filantropía tiene sus raíces en las creencias religiosas, en la historia de la asistencia mutua y en los principios democráticos de participación cívica”. (wikibooks, 2012)

“En cualquier ciudad de Europa y el mundo se puede constatar que una parte sustancial de nuestro legado cultural e histórico –museos, iglesias y universidades – ha sido posible gracias a la generosidad de filántropos individuales. Por ejemplo, en un monasterio del Priorato se encuentra una placa agradeciendo la generosa donación de un noble que data del año 887 d.C. Y si Cristóbal Colón no hubiera recibido el apoyo

de la reina Isabel la católica, como mecenas político y económico, el mundo de hoy sería posiblemente muy distinto. Grandes personajes y visionarios a lo largo de los siglos han decidido “invertir socialmente” en personas, proyectos u obras para impulsar las artes, la medicina, la investigación o la educación”. (RSE, 2008)

Las penurias de los primeros colonos que poblaron Norteamérica, en donde los Gobiernos eran débiles y distantes, motivó que las personas se vieran forzadas a unirse para gobernarse a sí mismas, para ayudarse entre ellos y para desarrollar actividades comunitarias, tales como construir escuelas e iglesias y combatir incendios. De estas experiencias surgió una tradición de iniciativas ciudadanas y esfuerzos individuales para promover el bienestar público. Muy poco suelen esperar la mayoría de los ciudadanos estadounidenses de las estructuras del Gobierno.

Es por ello que la captación de fondos tanto públicos como privados, es de gran apoyo para la implementación de proyectos sociales, como los que lleva a cabo la Fundación Coatepeque.

Son tantas las empresas que hoy en día desean apoyar los diferentes proyectos que tanto el gobierno central, como alcaldías, ONG's, y empresas con RSE ejecutan que una de las mejores maneras para llamar la atención de los posibles donantes, es por medio de estrategias de Relaciones Públicas, además algunas ONG's en el país utilizan las campañas publicitarias para dar a conocer sus proyectos y sus formas de captación de fondos.

En el caso específico de la Fundación Coatepeque motivo de esta investigación, no cuenta con una campaña publicitaria, ya que desde sus inicios, el deseo de diferentes empresarios y dueños de quintas alrededor del lago les permitió, implementar un plan de captación de fondos, con el cual dichas personas se comprometieron apoyar la sostenibilidad de la Fundación y sus proyectos por medio de donaciones monetarias, mensuales, con lo que actualmente se logra sufragar los gastos de la Fundación pero no así sus proyectos, ya que los recursos son escasos para la encomiable labor que se lleva a cabo.

Por lo que además se cuenta con el apoyo de empresas nacionales como: Claro, Vidrí, CITI, grupo VEXSAL, RIVERA y VIVA en publicidad y algunas transnacionales, que apoyan monetariamente, además del programa de voluntariado, con el cual se hacen campañas de limpieza a las orillas del lago.

Es por ello que contar con estrategias de Relaciones Públicas que les permita mostrar su trabajo vendría a redundar en una mayor captación de fondos sin duda sería de gran apoyo para la organización, la cual a su vez podría contar entre sus ejes con una campaña de publicity, que permita dar a conocer a una mayor cantidad de empresas, personas o gobiernos locales de la labor que se lleva a cabo además de los proyectos que se tienen planeados, pero que no cuentan con los recursos económicos necesarios para llevarse a cabo.

5. Estrategias de Relaciones Públicas (Internas y Externas)

5.1 Internas

- Realizar fiestas familiares dentro de la organización o empresa, donde los colaboradores puedan sentir que los toman en cuenta y que los aprecian mucho, de la misma manera que los familiares de ellos se lleven una buena imagen de la empresa u organización.
- Brindarles un detalle a los cumpleaños del mes, así los colaboradores hablaran mejor de la organización y empresa, y trabajaran mejor por la buena atención que les brindan.

5.2 Externas

- Hacer donaciones a los sectores que lo necesitan, desde granos básicos, ropa, juguetes para los niños, con esto la organización o empresa tendría una buena imagen y hablarían a más personas de lo que la organización realiza, siempre invitando a los medios de comunicación a fin de visibilizar el quehacer de la Fundación
- Realizar torneos estudiantiles donde se involucran los jóvenes para que tengan una diversión sana. En donde la organización o empresa donaría trofeos y dinero para los primeros lugares.

Con este tipo de estrategias es como la gente se siente más identificada con la organización o empresa, y entusiasman más a la población para que tengan el deseo de colaborar con ellos.

5.3 Acciones de las Relaciones Públicas.

- Posicionar las empresas, proyectos y productos.
- Construir credibilidad.
- Desarrollar relaciones con los líderes de opinión. □ Identificar las necesidades de los consumidores / usuarios □ Establecer una diferenciación.
- Adecuar los mensajes a las distintas audiencias.
- Educar al usuario de los servicios.
- Crear tendencias de opinión
- Establecer una comunicación continua con los públicos.
- Construir alianzas y sociedades (socios).
- Construir conciencia y visibilidad.
- Introducir nuevos conceptos en el mercado.

Estas estrategias las debe de tener toda organización o empresa ya que si estas no puede funcionar su organización.

5.4 Estrategias

Para hablar de la estrategia de las Relaciones Públicas primeramente se deben de conocer cada uno de los conceptos que se rigen en esta temática. “La estrategia es la determinación de los objetivos a largo plazo y la elección de las acciones y la asignación de los recursos necesarios para conseguirlos

A través de la estrategia una persona u organización puede lograr los objetivos planteados. La estrategia consta de distintas etapas, ya que es un proceso que es de importancia para las organizaciones o empresas, a continuación se detallan algunos ejemplos

- a) *“Estrategia de Liderazgo en Costos: esta estrategia significa concentrarse en ser el que produce más barato, lo cual puede reflejarse en precios más baratos o en márgenes de ganancias superiores”.* (Veronica, 2002)
- b) Estrategia de Diferenciación: el objetivo de la diferenciación es crear algo que sea percibido en el mercado como único. Esto no significa que la empresa ignore los costos, sino que no son el objetivo estratégico primordial.
- c) Estrategia de Enfoque: esta reconoce que hay una gran cantidad de oportunidades de mercado para ofrecer productos o servicios especializados. Implica identificar un nicho de mercado que aún no ha sido explotado y de esa manera no enfrentarse directamente a todos los competidores.

- d) *“Estrategia de Estabilidad: el objetivo de esta estrategia persigue esencialmente frenar el declive de las ventas y beneficios de la empresa y es válida cuando esta se encuentra en la fase de inestabilidad. Mediante esta estrategia se pretende estimular a la empresa para que se situé en condiciones de reanudar el crecimiento”.*
- e) *“Estrategia de Alianza: la estrategia de alianza es un acuerdo o pacto, alianza entre personas, países, gobiernos que se unen con un mismo fin, alianzas de intereses”.* (Veronica, 2002)

Al conocer las estrategias y la definición de la misma se pueden dar cuenta que es de importancia que las organización se planteen una buena estrategia de Relaciones Públicas ya que es de esta manera la mejor forma de hacer alianzas con los distintos públicos objetivos.

Una herramienta comunicacional que tiene la Fundación es la de las redes sociales que son más de 22,000 seguidores en Facebook y twitter, algunas de esta personas han llegado a la fundación a colaborar en las actividades pero no monetariamente y lo que la fundación necesita más es colaboración económica.

Capítulo III

Metodología

1. Delimitación de la investigación

La investigación pretende dar a conocer la percepción del público en cuanto a la labor desempeñada por Fundación Coatepeque, esto a manera de identificar que tan posible sería que el apoyo hacia dicha organización crezca.

Por otra parte, también se pretende conocer que tan dispuestos podrían estar algunos dueños de quintas a colaborar económicamente con la fundación para continuar con el buen funcionamiento de esta y sus obras.

El público meta son los dueños de quintas del lago de Coatepeque colaboradores y no colaboradores con fundación Coatepeque y las personas de las comunidades beneficiadas habitantes de las cercanías del lago.

2. Metodología de la investigación

Es una disciplina de conocimiento encargada de elaborar, definir y sistematizar el conjunto de técnicas, métodos y procedimientos que se deben seguir durante el desarrollo de un proceso de investigación para la producción de conocimiento. Dicho de otra manera, es el método que se utiliza en una investigación para la validación de ésta, a través de los datos recolectados, ya sea de manera cualitativa o cuantitativa.

(Significados, s/f)

En este caso el método a utilizar en la investigación es el cuantitativo, que se vale de datos cuantificables a los cuales se accede por observación y medición, a manera de

recolectar datos precisos y válidos, y cualitativo, el cual se realiza por medio de entrevistas. Esta investigación presenta como instrumentos de validación diversos modos de recolección de datos como lo son: entrevistas y encuestas.

Mientras una investigación se focaliza en obtener estadísticas, como por ejemplo números y frecuencias, la investigación cualitativa se centra en las razones del comportamiento humano, para seleccionar participantes para un estudio cualitativo, los investigadores utilizan muestras intencionadas o con un propósito y eligen personas que tengan las características que desean estudiar.

3. Método, técnica e instrumento de investigación

Es el conjunto de etapas que se realizará para llevar a cabo la investigación sobre la importancia de las estrategias utilizadas en la captación de fondos para la implementación de programas sociales en beneficio de los vecinos del lago de Coatepeque y la preservación de la cuenca del mismo, por parte de la Fundación Coatepeque. (Moncada, 2011)

El instrumento de investigación es la herramienta utilizada por el investigador para recolectar la información de la muestra seleccionada y poder resolver el problema de la investigación. (koenig, s/f).

3.1 Instrumentos de estudio

1. Entrevista a Director de Fundación Coatepeque
2. Entrevista a dueño de quinta alrededor del lago Coatepeque no cooperante

3. Entrevista a cooperante de Fundación
4. Encuestas a vecinos de las comunidades del lago.

3.2 *Entrevistas personales*

La investigación será apoyada con encuesta a miembros de la comunidad del lago Coatepeque y a dueños de quintas alrededor del lago, con el fin conocer la cantidad de personas que estarían de acuerdo en brindarle apoyo monetariamente a la fundación, especialmente los dueños de quintas que aún no colaboran con la fundación. Asimismo se realizará entrevista al Licenciado Alejandro Villacorta, director ejecutivo de la Fundación.

3.3 *Encuestas*

A manera de conocer la aceptación del trabajo que Fundación Coatepeque ha realizado en el lago y en las comunidades que están a su alrededor, se ha realizado una encuesta para medir la opinión de los beneficiados con los diversos proyectos de ayuda para habitantes del municipio de Coatepeque.

El cuestionario contiene un total de nueve ítems y se ha distribuido a un total de 150 personas beneficiadas, aunque el universo es de 5,000 personas aproximadamente, solo se contó con la colaboración de las mencionadas.

3.4 *Entrevista*

Las entrevistas, aplicadas a personas colaboradoras con la fundación y a quienes aún no lo hacen, a manera de conocer la percepción de ambas partes a cerca de la labor que se

realiza en pro del buen mantenimiento del lago y sus alrededores. De esta manera se pretende conocer la disposición que los dueños de las quintas tienen de continuar colaborando con la institución y la posibilidad que nuevas personas, también, quieran pertenecer a este grupo de colaboradores. Además se realizó una entrevista al Licenciado Alejandro Villacorta, director ejecutivo de fundación Coatepeque, con el fin de conocer el funcionamiento de la institución y sus estrategias de captación de fondos.

3.5 *Otros métodos de estudio*

Memoria de labores

Fan Page

Página web

Redes sociales

Visitas de campo

Entrevista al licenciado Alejandro Villacorta

1. ¿Cómo nace la Fundación Coatepeque a inquietud de quién?
2. ¿Si nos pudiera relatar cómo fueron los inicios de la Fundación?
3. ¿Con cuántos fundadores nace la Fundación Coatepeque?
4. ¿Dentro de la gama de beneficios que la fundación brinda a los pobladores

Cuáles son las obras más relevantes que la Fundación ha realizado para mejorar la cuenca del lago?

5. ¿Las obras que ustedes realizan forman parte de algún programa o proyecto es decir como es el mecanismo para optar por las obras tienen alguna base de sustentación en pro de la mejora de la Cuenca?
6. ¿Cómo obtienen los fondos para operar en la Fundación
7. ¿Captan fondos públicos o solo trabajan con patrocinios?
8. ¿Qué estrategias utilizan para la captación de fondos?
9. Además de Facebook y su página Web ¿Tienen otra manera de dar a conocer sus proyectos para captar fondos para los mismos?
10. ¿Llevan un control de las publicaciones que los medios hacen de su trabajo?
11. ¿Cuentan con una persona encargada de las comunicaciones y relaciones públicas de la Fundación?
12. ¿Ud. como Presidente cuáles son sus funciones principales?
13. ¿Cada cuánto tiempo se actualizan los estados de redes sociales?
14. ¿por cuantas personas o empresas está formada la junta directiva?
15. ¿El apoyo que han tenido de parte de los habitantes de Coatepeque como ha sido?

Encuesta para el Director de Fundación Coatepeque, dueños de quintas alrededor del lago Coatepeque, Socios de la Fundación Coatepeque y personas que viven en la comunidad del lago.

Objetivo de la investigación: Conocer de primera mano el conocimiento previo que tienen los dueños de las diferentes quintas alrededor del lago Coatepeque, los socios de la fundación y personas que viven alrededor del lago sobre La Fundación Coatepeque y su disposición de apoyar monetariamente los proyectos que se impulsan para mejorar la cuenca.

I CONOCIMIENTO SOBRE FUNDACIÓN COATEPEQUE Y SUS ACTIVIDADES

¿Ha escuchado hablar de la Fundación Coatepeque?

SI ☐ NO

Sabe ¿qué actividades realiza la Fundación en las riveras del lago y sus alrededores?

SI ☐ NO

¿Alguna vez ha participado de las actividades que la Fundación realiza en el lago?

SI NO ☐ ☐

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

SI ☒ NO ☐

¿Sabía que la fundación Coatepeque ha apoyado a mejorar las condiciones de vida de los habitantes del lago y de la cuenca por medio de diferentes actividades?

SI ☐ NO

II DISPOSICIÓN DE APOYAR DEL ENCUESTADO

Luego de conocer algunas de las actividades que se realizan ¿estaría dispuesto a colaborar en la mejora del lago por medio de la fundación?

SI ☐ NO

¿Qué tipo de apoyo estaría dispuesto a aportar para mejorar las condiciones de la cuenca a través de la fundación?

Monetaria ☐ Voluntariado

Si fuera invitado a participar de las actividades que la fundación realiza, para conocerlas más a fondo, ¿estaría en la disposición de asistir?

SI ☐ NO

¿Ha pensado alguna vez en ser parte de algún movimiento de conservación del lago?

SI ☐ NO

Desearía usted incorporarse a las actividades que la fundación realiza en pro de mejora de la cuenca y la calidad de vida en el lago Coatepeque?

SI ☐ NO

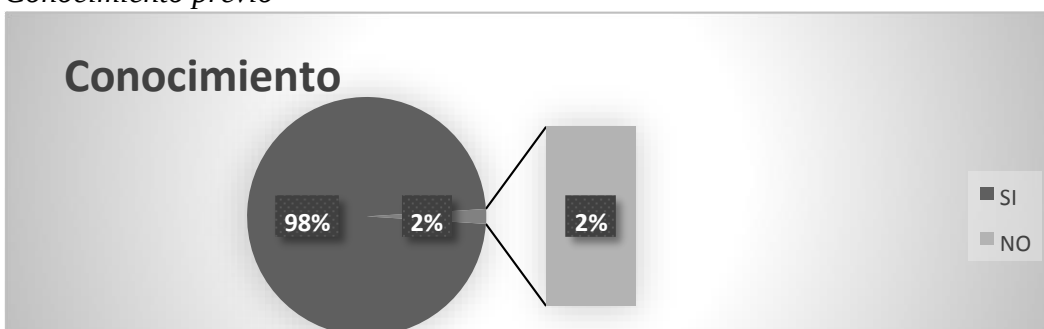
Capítulo IV Análisis de resultados

Resultados de los formularios pasados en lago Coatepeque

1. ¿Ha escuchado hablar de la Fundación Coatepeque?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	147	98%
No	3	2%
Total	150	100 %

Conocimiento previo

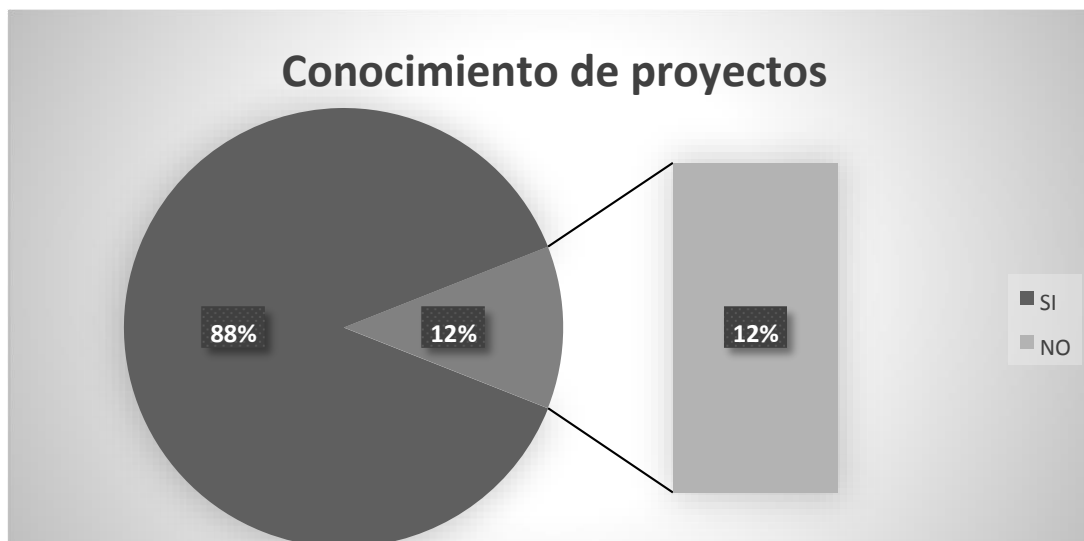


Análisis: La mayor parte de las personas dicen haber escuchado hablar acerca de Fundación Coatepeque en alguna ocasión. Un 2% no tiene conocimiento alguno de la existencia de dicha institución, lo cual es un porcentaje bajo, pero se debe tomar en cuenta que dichas personas son parte de las ADESCOS, escuelas que rodean el entorno del lago y por lo tanto habitantes del lugar en el que trabaja la fundación.

2. *Sabe ¿qué actividades realiza la Fundación en las riveras del lago y sus alrededores?*

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	132	88%
No	19	12%
total	150	100%

Conocimiento de proyectos

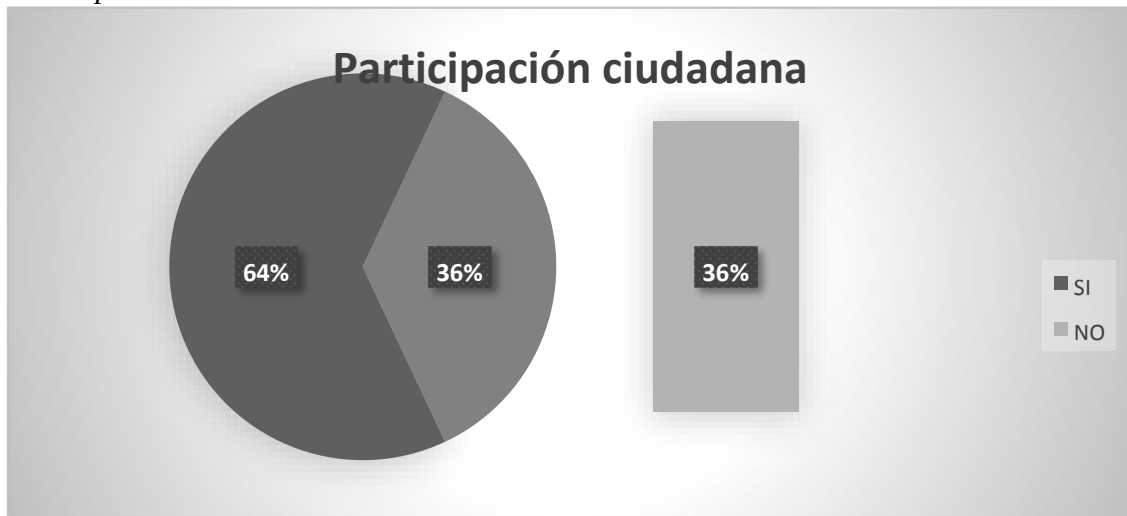


Análisis: La gráfica 2 muestra que del total de la población encuestada la mayoría tiene conocimiento de las actividades o labores que la fundación realiza, incluso han dicho haber colaborado con la misma cuando ven incendios o personas que talan árboles en el lugar. Sin embargo hay un pequeño porcentaje del 12% que no cuenta con conocimiento sobre las actividades realizadas por la fundación.

3. ¿Alguna vez ha participado de las actividades que la Fundación realiza en el lago?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	96	64%
No	54	36%
total	150	100%

Participación ciudadana

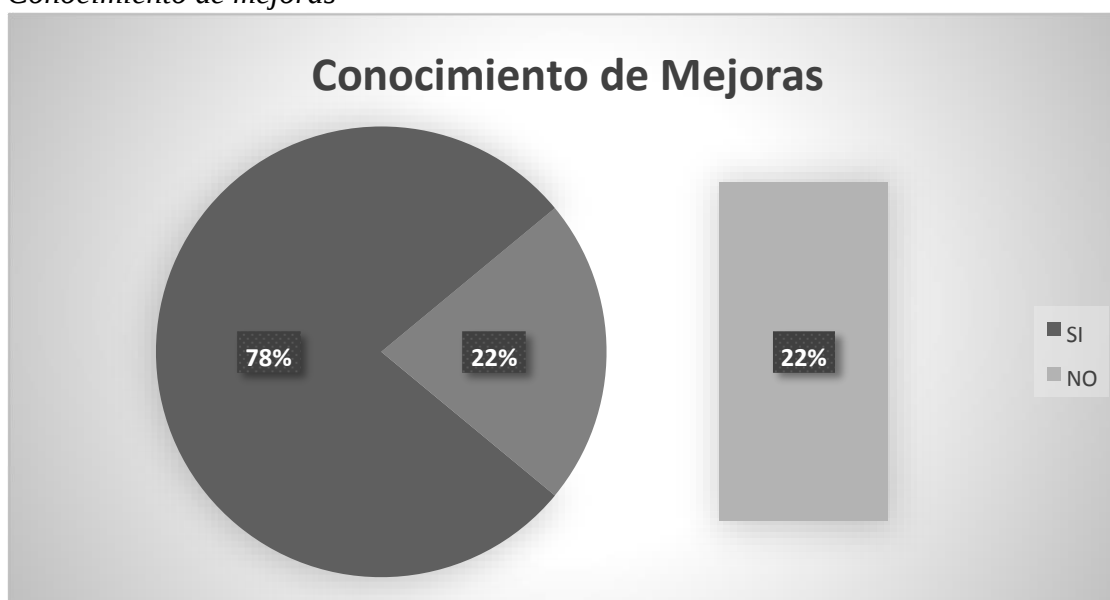


Análisis: La mayor parte de las personas dicen haber participado de las actividades que se realizan en el lago y sus alrededores, esto debido a que la fundación trabaja con las ADESCOS y escuelas de la zona. Lo preocupante de este caso es que un 36% de la población nunca ha sido participe de las diferentes actividades realizadas para la conservación de la cuenca del lago.

4. ¿Conoce usted de las mejoras que se han logrado gracias a la gestión de la fundación?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	117	78%
No	33	22%
total	150	100%

Conocimiento de mejoras



Análisis: La mayor parte de las personas dicen que si conocen de las mejoras que la fundación realiza esto hace un porcentaje del 78%, en cambio son muy pocos los que dicen desconocer de la labor realizada alcanzando un porcentaje de 22%.

5. ¿Sabía que la fundación Coatepeque ha apoyado a mejorar las condiciones de vida de los habitantes del lago y de la cuenca por medio de diferentes actividades?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	126	84%
No	24	16%
total	150	100%

Calidad de vida de la población



Análisis: Un 84% de las personas encuestas manifiestan que si conocen que la fundación ha apoyado a mejorar las condiciones de vida de los habitantes del lago y de la cuenca por medio de diferentes actividades, mientras que el 16% restante, dice desconocer de las obras.

6. Luego de conocer algunas de las actividades que se realizan ¿estaría dispuesto a colaborar en la mejora del Lago por medio de la fundación?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	144	96%
No	6	4%
total	150	100%

Disposición de apoyar



Análisis: La gráfica 6 muestra que la labor de la fundación es bien calificada por la población encuestada, ya que solo un 4% de esta no estaría dispuesta a colaborar, por lo que se puede pensar en realizar una mayor cantidad de proyectos apoyándose en los vecinos y personas cercanas al lago, los cuales han manifestado su interés en brindar su apoyo para que su entorno cada día sea mejor.

7. ¿Qué tipo de apoyo estaría dispuesto a aportar para mejorar las condiciones de la cuenca a través de la fundación?

Monetaria – voluntariado

Opción	Cantidad	Porcentaje
Monetaria	6	4%
Voluntariado	144	96%
total	150	100%

Tipo de apoyo

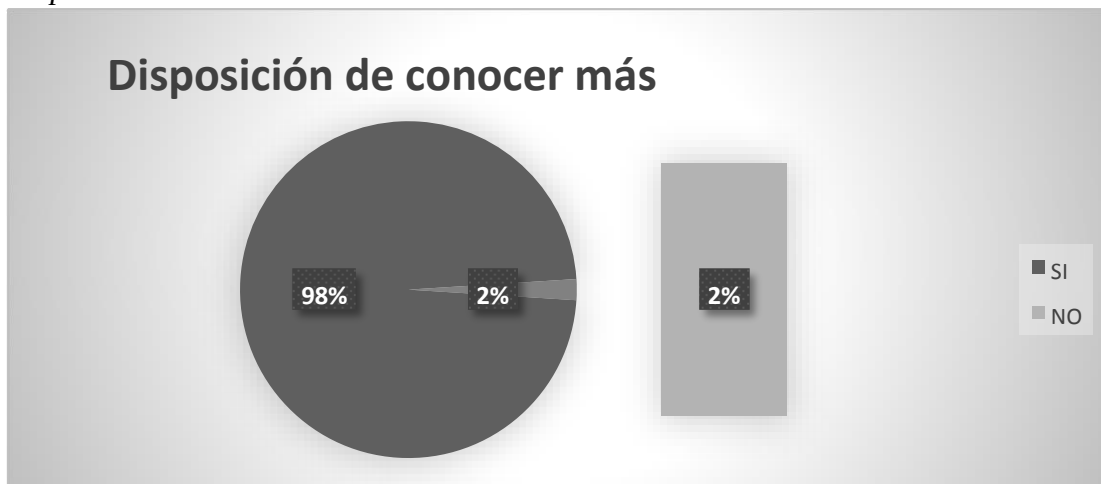


Análisis: En la gráfica 7 refleja que un 96% están dispuestos en apoyar a la fundación como voluntarios/as y un 4% están dispuestos en apoyar monetariamente, lo que nos indica que se deben realizar actividades que permitan a la fundación dar una rendición de cuentas con la cual se logre obtener una mayor credibilidad y confianza, para atraer más donantes.

8. Si fuera invitado a participar de las actividades que la fundación realiza, para conocerlas más a fondo, ¿estaría en la disposición de asistir?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	147	98%
No	3	2%
total	150	100%

Disposición de conocer más

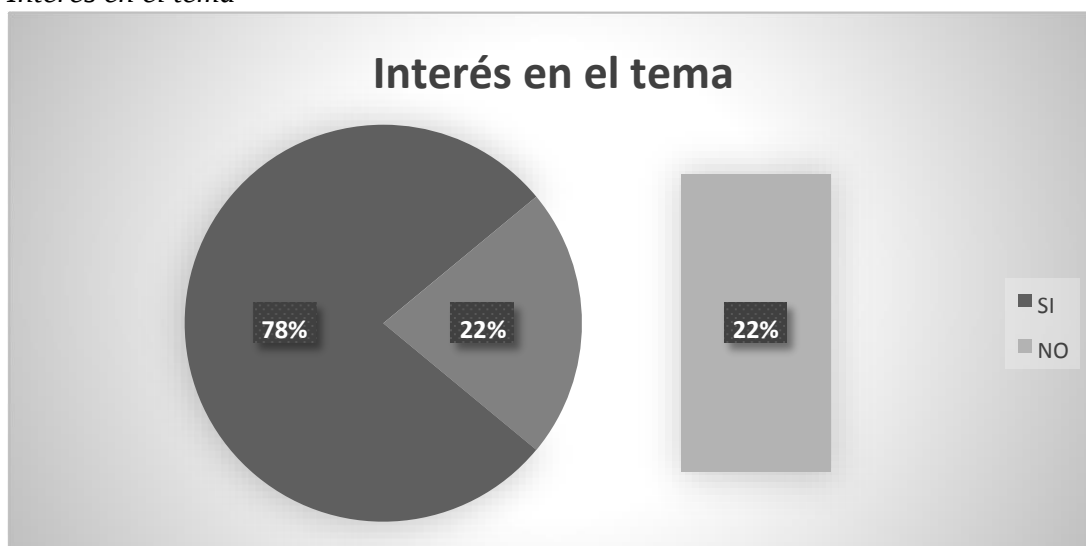


Análisis: El público meta ha manifestado su interés en participar de las diferentes actividades, ya que de 150 personas sólo un 2% manifestó que no asistiría un 98% está en la disposición mostrando su interés en asistir a actividades que puedan ayudar a mantener y mejorar la cuenca del lago, ya que por otros medios dieron a conocer su interés en la conservación de su lugar de habitación y origen

9. ¿Ha pensado alguna vez en ser parte de algún movimiento de conservación del lago?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	117	78%
No	33	22%
total	150	100%

Interés en el tema



Análisis: En la gráfica 8 se observa que el 78% de la población encuestada está dispuesta a contribuir en la conservación del lago y su cuenca, por medio de un movimiento de conservación.

10. ¿Desearía usted incorporarse a las actividades que la fundación realiza en pro de mejorar la cuenca y la calidad de vida en el lago Coatepeque?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	129	86%
No	21	14%
total	150	100%

Apoyo directo a la fundación



Análisis: A través de esta gráfica se puede analizar que un 86% de la población está dispuesta a incorporarse con las actividades de la fundación luego de conocer un poco más sobre estas y saber de la importancia que estas conllevan para que la cuenca del lago no disminuya, una buena cantidad de vecinos del lago viven del turismo o la pesca, por lo que para ellos la conservación del lago es de mucha importancia para su misma sobrevivencia.

Capítulo V Conclusiones y Recomendaciones

1. Conclusiones

ONG's existen alrededor del mundo, y son grupos no lucrativos organizados entre sí, con fines en común pretendiendo desempeñar una labor de beneficencia social hacia determinadas áreas.

Este proyecto tesina ha tenido como objetivo principal crear estrategias de relaciones públicas que puedan ser utilizadas por las ONG's caso específico Fundación Coatepeque, para la captación de fondos en pro de sus programas sociales con el fin de proporcionar una nueva herramienta, además de conocer de sus propias estrategias y las de otras organizaciones que también pudieran ser tomadas en cuenta.

- Dicho de otra manera las Relaciones Públicas (RRPP) juegan un papel muy importante dentro de toda institución, ya sea pública o privada, más aun si lo que se pretende captar son aportes económicos y voluntarios para lo cual se debe contar con una excelente imagen que es el principal objetivo de las RRPP.
- Fundación Coatepeque es la Organización que se encarga de preservar la cuenca del lago Coatepeque, a través de diversas actividades que involucran a los habitantes de la localidad y a dueños de algunas de las diversas quintas ahí existentes, lo cual pretende evitar la contaminación del lago.

- En la organización únicamente se cuenta con seis empleados, dos de oficina y el resto son guarda bosques, por lo cual, no existe un área destinada al manejo de las Relaciones Publicas.

La falta de personal dentro de dicha institución se debe a la falta de recursos económicos que esta presenta, ya que de 465 quintas existentes, solamente colaboran 125 dueños con una cantidad de \$400 anuales, aunque se cuenta también con la colaboración de diferentes empresas, esto no basta, ya que no es una ayuda constante.

La falta de un profesional de Relaciones Públicas dentro de la institución es una de las mayores desventajas para ella, ya que se carecen tácticas para dar a conocer las obras realizadas por la fundación, por lo cual las personas no se han creado una imagen de lo que es fundación Coatepeque.

Para que la institución pueda atraer más fondos es necesario que esta se dé a conocer, así como también debe mostrar a sus diversos públicos y a la población en general los beneficios que se han obtenido con las actividades realizadas, esto a través de datos reales.

Las entrevistas, encuestas, visitas de campo y coberturas mediáticas a los eventos realizados por la fundación servirán de material de apoyo para crear una imagen favorable de la fundación en la mente de las personas, esto permite conocer aún más a la organización, de modo que sea más reconocida y que las personas se identifiquen con la labor y contribuyan con ella.

A partir de la investigación de campo realizada se pudo observar en los resultados la satisfacción de la mayor parte de las personas que participaron de esta, acerca de la ayuda que Fundación Coatepeque ha llevado a los habitantes de los alrededores del lago, esta información es de gran importancia para atraer donaciones, ya sea de empresas o de dueños de quintas.

La buena conservación de la cuenca del lago es un tema de interés no solo para los habitantes de la zona, sino también para dueños de quintas, turistas e incluso el país; por lo tanto es de gran importancia la colaboración de todos ellos y de otras empresas que se sientan identificados con la obra de mantenimiento de la cuenca del lago y tengan interés en el cuidado de la naturaleza.

Por lo que la presente investigación nos ha permitido constatar que fundación Coatepeque tiene un gran potencial, para continuar creciendo, lo cual se puede lograr a través de estrategias de RRPP presentadas en este trabajo.

2. Recomendaciones

- a) Debe haber en la Fundación un encargado de las Relaciones Publica ya que no cuentan con un departamento de Relaciones Publicas y comunicaciones, por lo que es conveniente apoyarse en un profesional del rubro que sea el encargado de manejar las RRPP de la Fundación siempre apoyado en su Director corporativo, entre las actividades que puede designársele esta la creación del canal de You tube con el cual no se cuenta, la creación de videos para el mismo, creación de comunicados de prensa, actualización de redes sociales, toma

de fotografías, organización de eventos, coordinación de ruedas de prensa, entre otras.

- b) Se deben realizar reuniones anualmente con todos los cooperantes, benefactores y los representantes de las 16 Asociaciones de Desarrollo Comunal (ADESCOS) y la comunidad en general, en donde se brinde una rendición de cuentas con un resumen de proyectos realizados y lo invertido en cada actividad que se realiza, de esta manera se atrae a nuevos posibles donantes entre los que pueden estar, dueños de quintas, empresas y organizaciones nacionales e internacionales.
- c) Se puede realizar una mayor cantidad de actividades de esparcimiento, con el fin de promover el turismo y buscar un socio con el Ministerio de Turismo para lograr publicity en los medios de comunicación para contar con una imagen más conocida a nivel nacional, la fundación en si cuenta con cobertura en sus proyectos, pero crear proyectos en asocio con grandes empresas le permitiría tener una imagen más visible en todo el país. De esta forma las personas que no conocían la fundación ni mucho menos sus proyectos se darán cuenta que lo que hacen es en beneficio no solo de la comunidad del lago Coatepeque sino también para la salud de cada persona ya que cuidan las áreas verdes del lago y eso ayuda a mantener un aire más puro.

d) Existe un dicho en las Relaciones Públicas “si lo hiciste y no lo dijiste no lo hiciste” esto quiere decir que si la fundación realiza cualquier proyecto ya sea en las escuelas de la comunidad, en la cuenca del lago, en las áreas verdes, en ayuda a los habitantes del lago, esto deben de hacerlo público que todo mundo se entere de lo que se hace y de lo que no se hace, ya que una directora de una escuela en donde pasamos los formularios nos comentó que la fundación decía que ellos les habían construido un muro el cual (FEPADE) lo construyo, pero lo que ella no sabía que (FEPADE) está unido con la fundación Coatepeque y trabaja justamente en ayudar a las escuelas que lo necesitan, es por esta razón que deben de informarles que es lo que hacen ellos en la comunidad para que estos mal entendidos no se den.

3. Estrategias

Nombre de la estrategia	1. Creación de una sede de Fundación Coatepeque en las cercanías del lago.		
Año	2017		
Descripción	Que los pobladores y turistas tengan una sede donde conocer de las actividades turísticas y de conservación que la Fundación realiza.		
Que se espera	Mejorar la imagen de la Fundación frente a los vecinos, donantes y turistas		
Que se hará (acciones)	☐ Proporcionar información de las actividades de la fundación.		
	☐ Crear un programa de donaciones personalizadas, para turistas extranjeros que participen de las actividades.		
	☐ Contar con un lugar propio y adecuado para reuniones con los guarda bosques y voluntarios.		
	☐ Realizar reuniones informativas periódicamente, en las que se den a conocer los nuevos proyectos y los avances de los actuales.		
Cuando se hará	Inicio	Finalización	
Mes de enero	15	25	
Mes de febrero	5	13	
Mes de marzo	1	16	
Mes de mayodiciembre	10	15	
Persona responsable	Alejandro Villacorta Director de Fundación Coatepeque		

Nombre de la estrategia	2. Creación de productos publicitarios y promocionales para posicionar la imagen de Fundación Coatepeque	
Año	2017	
Descripción	Crear una campaña que brinde información sobre las actividades de la Fundación y sus necesidades	
Que se espera	Posicionar a la Fundación por medio de sus proyectos, lo cual permita mejorar la captación de fondos.	
Que se hará (acciones)	☐ Creación de brochures y productos promocionales con sus redes sociales.	
	☐ Visitas a las quintas no donantes para entregar los brochures y solicitar donaciones para darle continuidad a los proyectos.	
	☐ Envío de correos electrónicos a empresas u Organizaciones extranjeras detallando el funcionamiento de la fundación en pro de la conservación del lago, como información de soporte para solicitar apoyo económico.	
	☐ Visitar empresas nacionales que se interesen en la conservación del medio ambiente, para ofrecer alianzas que permitan a la Fundación obtener fondos y mejorar su imagen.	
Cuando se hará	Inicio	Finalización
Mes Junio	3	8
Mes Junio	15	20
Mes Julio	2	5
Mes Julio	15	28
Persona responsable	Alejandro Villacorta Director de Fundación Coatepeque	

Nombre de la estrategia	3. Incorporación de una pasante profesional de las Relaciones Públicas.	
Año	2017	
Descripción	Posicionar la imagen de Fundación Coatepeque en redes sociales, crear una mayor cantidad de publicity alrededor de la misma, con los medios de comunicación.	
Que se espera	Que las personas que no conocen a la Fundación a través de los medios la lleguen a conocer y que se animen a formar parte de las actividades que la fundación realiza.	
Que se hará (acciones)	☐ Gira de medios, para dar a conocer la institución.	
	☐ Crear publicity por medio de alianzas estratégicas con empresas que tengan entre sus proyectos de responsabilidad social empresarial (RSE), el cuidado del medio ambiente.	
	☐ Crear comunicados de prensa para solicitar la cobertura de medios en sus actividades.	
	☐ Crear nuevas estrategias de captación de fondos.	
Cuando se hará	Inicio	Finalización
Mes Agosto - Noviembre	1	1
Mes Agosto - septiembre	10	10
Mes Noviembre	7	12
Mes Diciembre	18	30
Persona responsable	Alejandro Villacorta Director de Fundación Coatepeque	

4. Referencias

Fundación Coatepeque. *Fundación Coatepeque*. Recuperado de <https://www.facebook.com/FundacionCoatepeque/?fref=ts>

Fundación Coatepeque. *Fundación Coatepeque*. Recuperado de <https://twitter.com/fundacoatepeque>

Fundación Coatepeque. *Fundación Coatepeque*. Recuperado de <http://www.fundacoatepeque.com/#!/informacion-de-interes/>

García Díaz, M. M. (2013). *La filantropía y su afluencia en la captación de fondos*. Recuperado de <http://es.slideshare.net/APFOS/historia-de-la-captacion-de-fondos-filantropia-27290863>

Grande, F. (2016). [Entrevista con dueño de quinta lago Coatepeque: *Conociendo los vecinos*]. Notas escritas

Koenig, D. *Cómo elegir participantes para una investigación cualitativa*. Recuperado de http://ehowenespanol.com/elegir-participantes-investigacion-cualitativacomo_165924/

Rivas Villatoro, F. A. (2014,05 de abril). Ley de desarrollo y protección social. *Laprensagrafica.com* Recuperado de <http://www.laprensagrafica.com/2014/04/05/ley-de-desarrollo-y-proteccion-social>

López, C. (2015). *Cristina López*. Recuperado de http://fido.palermo.edu/servicios/dyc/blog/docentes/detalle_tp.php?id_docente=&id_blog=1024

Moncada Moreno, S. (2011). *Importancia de las relaciones públicas en las organizaciones*. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/importancia-re-relaciones-publicas-organizaciones-presentacion/>

Moreno Anaya, E. (2013). *Instrumentos de investigación*. Recuperado de <http://prezi.com/m/ntpf0m3pxyuh/instrumentos-de-investigación/>

Moreno, V. (2016). [Entrevista con Alejandro Villacorta, director ejecutivo de fundación Coatepeque: *Conociendo fundación Coatepeque*]. Grabación en audio

RSC, (2008). *Captación de fondos en el sector no lucrativo: Lo que Europa podría aprender de los Estados Unidos*. Recuperado de <http://www.compromisoempresarial.com/rsc/2008/07/captacion-de-fondos-en-el-sector-no-lucrativo-loque-europa-podria-aprender-de-los-estados-unidos/#sthash.66P5pJhz.dpuf>

Paricio Esteban, P. (2016). *Plan y puesta en marcha de un programa de relaciones públicas*. Recuperado de <http://www.compromisoempresarial.com/rsc/2008/07/captacion-de-fondos-en-el-sector-no-lucrativo-lo-que-europa-podria-aprender-de-los-estados-unidos/>

Saunders, V.W. (2002). *Capítulo 1: ¿Qué es Marketing?*. Principles of Marketing. Significados. *Significado de metodología*. Recuperado de <http://www.significados.com/metodologia/>

Verónica, (2012). *Administración estratégica*. [Registro web]. Recuperado de

http://Chandler

Vero-abila.blogspot.com

Wikibooks. (2012). *Programas de desarrollo social*. Recuperado de

https://es.wikibooks.org/wiki/Programas_de_desarrollo_social

Wordpress. (2016). *Definición de RRPP*. Recuperado de <http://definicion.de/rrpp/>

Zavaleta, N. (2016). [Entrevista con dueño de quinta lago Coatepeque: *Conociendo a los vecinos*]. Notas escritas

5. Anexos

***Universidad Tecnológica
de El Salvador***



Entrevista a Alejandro Villacorta director de fundación Coatepeque 1)

¿Cuándo nace la Fundación Coatepeque?

Nace a inquietud de los propietarios de las quintas alrededor del lago (las quintas son los ranchos privados alrededor del lago) quienes están interesados en proteger el lugar en donde ellos pasan sus ratos libres que es la cuenca del lago Coatepeque, además ellos están interesados en beneficiar a las comunidades del lago que son más de 1,500 familias que viven ahí, entonces en un inicio se planteó que la fundación apoyara tanto a las comunidades como a la protección del medio ambiente del lago. En un inicio la fundación se encargó de comprar áreas naturales alrededor de la cuenca.

2) ¿Cómo fueron los inicios de la Fundación?

En aquellas épocas la ley para formar fundaciones era diferente a la ley que existe actualmente, en el año 1996 hubo una modificación de leyes, por lo que todo lo que se

hizo antes de ese año es muy diferente, en aquella época era un poco más sencillo formar una fundación, entonces un grupo de vecinos dueños de las quintas se dieron cuenta que era necesario contar con una ONG que se encargara de mejorar la calidad de vida y el ambiente alrededor del lago, todo eso nace en esa época justamente unos años antes que FUSADES prepara una serie de iniciativas, sobre la importancia que tiene el trabajo de las ONG's en el territorio salvadoreño para mantener el bienestar en las comunidades.

3) ¿Quiénes son los fundadores de Fundación Coatepeque?

Son 106 vecinos que en aquella época se unieron para decidir qué harían una fundación son ellos nuestros fundadores entre los cuales se encuentra don Roberto Scrip él es uno de los miembros fundadores y además el presidente de la fundación durante 19 años.

4) ¿Cuáles son las obras más relevantes que la Fundación ha realizado para mejorar la cuenca del lago?

Entre las más relevantes están los lavaderos públicos porque son de beneficio a las comunidades vecinas.

El apoyo a los centros escolares se han reconstruido 5 de los 7 centros del lago de Coatepeque mas o menos es una inversión de 160,000 dólares que se invirtieron con la ayuda de FEPADE y USAID quienes apoyaron el proyecto de reconstrucción, y así se ha logrado reconstruir esos centros escolares en 2012.

Se va iniciar con el proyecto de manejo de desechos sólidos, para la fundación este será el proyecto estrella el cual iniciara este año, también se apoyara a la policía con la construcción de puestos policiales, en fin son muchos los proyectos que pueden mencionarse, pero son estos los principales, además de los que se llevan a cabo para la protección de las áreas naturales con las que cuenta la fundación y en la cual se realizan actividades para atraer el turismo como los recorridos guiados, por los guarda recursos, en los senderos de estas áreas y que son diferentes al lago.

5) ¿De dónde obtienen los fondos para el funcionamiento de la Fundación?

Son los propietarios de las quintas del lago de coatepeque de 465 quintas, solamente se encuentran activas 125 estamos muy bajos, esas 125 quintas son donantes que entregan una colaboración anual de 400 dólares con esa colaboración se mantiene la fundación en acción con la actividad administrativa de la fundación, el mantenimiento de las áreas naturales y también el apoyo del sistema y servicio de la comunidad de la cuenca.

El principal mercado son las quintas del lago de Coatepeque, después de eso hay empresas interesadas en la protección del medio ambiente con las cuales se han logrado muy buenas relaciones no necesariamente tiene que ser de gente que tenga propiedades en el lago sino que también nos apoya gente que no tiene nada que ver pero que tiene interés en la cuenca como un área natural en El Salvador y así se han sumado empresas como CITY, VIDRÍ, GRUPO VEXSAL, VIVE EN PUBLICIDAD, son grupos extensos de empresas que colaboran con donaciones.

6) ¿Captan fondos públicos o solo trabajan con patrocinios?

Son fondos privados, con el gobierno solo trabajan con un acompañamiento solo se apoyan especialmente para la protección del medio ambiente, o con el ministerio de salud con las campañas que se realizan en el lago, como fumigación, o con apoyo de técnicos para saber cómo está el agua, con equipos de laboratorio, es una especie de colaboración pero nunca han recibido fondos económicos para el trabajo de la fundación.

La idea de la fundación siempre ha sido mantenerse apolítica y sin lazos religiosos en todo sentido posible, es parte de nuestra visión, no está relacionada con ningún partido político, ni con iglesias.

7) ¿Qué estrategias utilizan para la captación de fondos?

Tiene la creación de proyectos para empresas internacionales y así puedan apoyarles con fondos, también gracias a la junta directiva han logrado contactos con ONG's internacionales para conseguir fondos han presentado proyectos a empresas de Estados Unidos y Europa para tramitar fondos para sus proyectos como de adopción de una escuela, con la cual han conseguido fondos de una ONG's internacional y así se ha logrado la reconstrucción de centros escolares. En el presente año se espera recibir fondos para el proyecto de manejo de desechos.

8) Además de Facebook y su página Web ¿Tienen otra manera de dar a conocer sus proyectos para captar fondos para los mismos?

El manejo de las redes actualmente contamos con 22 mil seguidores de Facebook, Twitter e Instagram este formato les ayuda a que venga gente que quiere ser voluntario de la fundación no ha venido gente que quiere hacer donaciones económicas, pero si gente que quiere apoyar en las actividades de la fundación como voluntarios en las campañas de limpieza, reforestación y organización de la cuenca.

9) ¿Llevan un control de las publicaciones que los medios hacen de su trabajo?

No aunque también cuando un proyecto lo necesita hacen conferencias de prensa, si el proyecto es manejo de desechos si invitan a medios de comunicación, se tiene cobertura de los principales periódicos, canales televisivos, etc. Cuando hay una actividad importante como la limpieza de la cuenca del lago con una gran cantidad de voluntarios se invita a los medios, por medio de boletines de prensa, y en las redes.

10) ¿Cuentan con una persona encargada de las comunicaciones y relaciones públicas de la fundación?

Se lleva un archivo de la publicidad y el publicity que se genera, no es algo muy elaborado, pero si se cuenta con las publicaciones que se han logrado tanto digitales, como físicos, también entrevistas que les han hecho en canales de televisión, en revistas matutinas, o en programas de medio ambiente, además se está guardando toda la información para poderlo tener, el tema de los videos es un poco más complicado, porque no se ha logrado tener un canal de YouTube, aunque se está esperando contar con él para este año.

11) ¿Cuántas personas laboran en la fundación? Y ¿Cuáles son sus ocupaciones?

Jackeline Acevedo esta solo medio tiempo por las tardes, ella es la asistente está encargada de las llamadas a los miembros para solicitar las donaciones, para enviar correos, y todo lo relacionado con la oficina, luego contamos con 4 guarda recursos está el coordinador, y tres colaboradores, que se encargan de cuidar de la seguridad de las áreas naturales, y de todo lo relacionado al lago, y su servidor, soy el director estoy tiempo completo y me encargo de la dirección de todas las actividades de la fundación y los comunicados de prensa.

Solo son 6 personas los empleados de la fundación.

12) ¿Cuántas personas o empresas conforman la junta directiva?

La junta directiva se modificara este año, porque según los estatutos se deben modificar cada dos años, actualmente son 8 los miembros de la junta.

Empresas: Claro, Banco Agrícola, Vidrí, grupo Hisal, la publicidad, Ribery Rivera y diferentes empresas que son empleados, gerentes, o dueños de las empresas que donan a la fundación.

13) ¿Cuál es su principal fundación?

Facilitarle a la junta directiva, la ejecución de los proyectos de la toma de decisiones que la junta directiva realiza entre otras ya mencionadas.

Entrevista a dueño de quinta no cooperante de Fundación Coatepeque.

1. ¿Ha escuchado hablar sobre la Fundación Coatepeque y las actividades que realiza en el lago y sus alrededores?

Si sé que es una fundación que realiza algunas actividades como limpiar el lago y tiene algunas zonas verdes ha hecho algunas mejoras en caminos.

2. ¿Ha participado de actividades que la fundación Coatepeque organiza en el lago?

No la verdad es que no venimos muy seguido al lago si me he enterado de algunas pero por falta de tiempo no he participado.

3. ¿Conoce de las mejoras que se han logrado con la gestión que la fundación realiza?

Si se de algunas mejoras en caminos, que hace unos años construyeron unos lavaderos, es muy importante su labor.

4. ¿Sabe de la mejora en la calidad de vida de las comunidades por mejoras realizadas por la fundación y sus cooperantes?

Supe hace unos años que construyeron lavaderos públicos, y eso es bueno porque así no descargan las aguas sucias al lago y este se mantiene más limpio, esas actividades son muy buenas.

5. Luego de conocer de las actividades de la fundación y del impacto positivo que tiene en el lago y sus alrededores ¿estaría dispuesto a colaborar?

Si para mejorar el ambiente que se tiene en las riveras, creo que sus proyectos son buenos y puedo apoyar de alguna manera.

6. ¿Estaría dispuesto a ser parte de los socios de la fundación con apoyo económico?

Preferiría primero involucrarme un poco en las actividades como voluntariado para conocer más a fondo y si me parece pues vería si apoyo económicamente.

7. Anteriormente ¿había pensado en ser parte de algún movimiento por la conservación del lago?

No la verdad antes no, pues porque no vengo mucho, pero al darme cuenta con tiempo pues puedo ver si vengo a las actividades, porque si me interesa la conservación del lago, si puedo ayudar en algo estoy en la disposición

Entrevista realizada por: Flor Grande

Entrevista a Voluntario de Fundación Coatepeque.

1. ¿Ha escuchado hablar sobre la Fundación Coatepeque y las actividades que realiza en el lago y sus alrededores?

Si conozco la fundación y también se de los proyectos que realizan como fundación, ayudan a mantener el lago en buenas condiciones, a las escuelas en lo que necesitan y también realizan actividades en la comunidad.

2. ¿Ha participado de actividades que la fundación Coatepeque organiza en el lago?

Si he participado en la mayoría, soy encargado de tomar fotografías en las actividades que ellos realizan como fundación coatepeque.

3. ¿Conoce de las mejoras que se han logrado con la gestión que la fundación realiza?

Si conozco muchas entre ellas está el mantenimiento en las zonas verdes del lago, otra los lavaderos que se donaron a la comunidad, la ayuda en las escuelas ya sea en la construcción de muros entre otras, también becas a los niños de la comunidad, donaciones de víveres a los de la comunidad, actividades que se realizan en la comunidad existen varias.

4. ¿Sabe de la mejora en la calidad de vida de las comunidades por mejoras realizadas por la fundación y sus cooperantes?

Sé que han realizados buenas mejoras en el lago entre ellas el cuidado a las zonas verdes y la donación de lavaderos públicos eso es muy bueno porque ayuda a mantener la salud de las personas no contaminando el lago y manteniendo las zonas verdes también es muy bueno el trabajo que ellos realizan como fundación.

5. Luego de conocer de las actividades de la fundación y del impacto positivo que tiene en el lago y sus alrededores ¿estaría dispuesto a colaborar?

Si estoy dispuesto en participar en las distintas actividades siempre y cuando tenga mi tiempo disponible para hacerlo.

6. ¿Estaría dispuesto a ser parte de los socios de la fundación con apoyo económico?

Pues yo soy voluntariado de la fundación, en la toma de fotografías en las distintas actividades que realizan, monetariamente si hay que pensarlo todavía.

7. Anteriormente ¿había pensado en ser parte de algún movimiento por la conservación del lago?

La verdad antes no lo pensé, pero ahora claro que si por sé que todo es en beneficio a los habitantes del lugar.

Entrevista realizada por: Nancy Zavaleta

**Construcción de maya protectora entre zona de recreación y precipicio cercano al
centro educativo (proyecto adopta una escuela)**



Fundación Coatepeque, gracias a la colaboración de FEPADE y USAID/El Salvador, trabaja por mejorar las condiciones de los Centros de Estudio: Fe y Alegría, y Monterrey.



Fundación Coatepeque por medio del proyecto Adopta una Escuela de FEPADE entrega las obras de reparación terminadas Centros Escolares



Proyecto patrocinado por: Banco Agrícola, Claro, Rivera & Rivera, ILC y BioCoatepeque



Proyecto de reciclaje y limpieza en áreas protegidas y el lago con apoyo de voluntariado de vecinos e instituciones



