

UNIVERSIDAD DR. JOSÉ MATÍAS DELGADO

RED BIBLIOTECARIA MATÍAS

DERECHOS DE PUBLICACIÓN

DEL REGLAMENTO DE GRADUACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DR. JOSÉ MATÍAS DELGADO

Capítulo VI, Art. 46

“Los documentos finales de investigación serán propiedad de la Universidad para fines de divulgación”

PUBLICADO BAJO LA LICENCIA CREATIVE COMMONS

Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Unported.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



“No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas, la distribución de las cuales se debe hacer con una licencia igual a la que regula la obra original.”

Para cualquier otro uso se debe solicitar el permiso a la Universidad

UNIVERSIDAD DR. JOSÉ MATÍAS DELGADO
FACULTAD DE CIENCIAS Y ARTES “FRANCISCO GAVIDIA”
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



UNIVERSIDAD DR. JOSÉ
MATÍAS DELGADO
SAN SALVADOR, EL SALVADOR C. A.

“Investigación del posicionamiento de la imagen institucional del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador para motivar al voluntariado. Propuesta de plan de relaciones públicas y guía para el diseño de estrategia comunicacional.”

[Tesis] presentada para optar al título de
Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Por:

PAMELA GUISELLE CORTEZ ROSALEZ
EDGAR ALEXANDER URQUILLA HERNÁNDEZ

Asesor:

LIC. Patricia Arriaza

ANTIGUO CUSCATLÁN, LA LIBERTAD, 10 DE DICIEMBRE DE 2015



UNIVERSIDAD DR. JOSÉ
MATÍAS DELGADO
SAN SALVADOR, EL SALVADOR C. A.

AUTORIDADES

Dr. David Escobar Galindo
RECTOR

Dr. José Enrique Sorto Campbell
VICERRECTOR
VICERRECTOR ACADÉMICO

Arq. Luis Salazar Retana
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y ARTES “FRANCISCO GAVIDIA”

Lic. Ricardo Oswaldo Chacón Andrade
DIRECTOR ESCUELA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

COMITÉ EVALUADOR

(NOMBRE COMPLETO)
COORDINADOR

MIEMBRO DEL COMITÉ EVALUADOR

(NOMBRE COMPLETO)
MIEMBRO DEL COMITÉ EVALUADOR

PATRICIA ARRIAZA
ASESOR

ANTIGUO CUSCATLÁN, LA LIBERTAD, 12 DE FEBRERO DE 2016

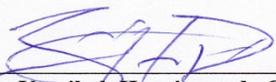
**ORDEN DE IMPRIMATUM
UNIVERSIDAD DR. JOSÉ MATÍAS DELGADO
FACULTAD DE CIENCIAS Y ARTES
“FRANCISCO GAVIDIA”
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

ORDEN DE APROBACIÓN DE LA TESINA

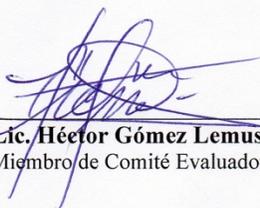
Investigación del posicionamiento de la imagen institucional del Patronato
Cuerpo de Bomberos de El Salvador para motivar al voluntariado y
propuesta de plan de relaciones públicas.

PRESENTADA POR LOS BACHILLERES:

Pamela Guisselle Cortez Rosales
Edgar Alexander Urquilla Hernández



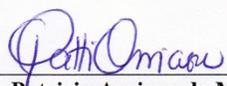
Lic. Yamileth Henríquez de González
Coordinador de Comité Evaluador



Lic. Héctor Gómez Lemus
Miembro de Comité Evaluador



Lic. William Hernández Reyes
Miembro de Comité Evaluador



Lic. Patricia Arriaza de Marengo
Profesional Especializado



Lic. Ricardo Chacón
Director



San Salvador, Septiembre 2015

Resumen

Título del proyecto: Investigación del posicionamiento de la imagen institucional del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador para motivar al voluntariado. Propuesta de plan de relaciones públicas y guía para el diseño de estrategia comunicacional.

Identificación del contexto donde se realizó el estudio: Se enfoca principalmente en los jóvenes salvadoreños, tomando como referencia principal las ciudades de Santa Tecla y Antiguo Cuscatlán que estudian en universidades: Universidad Dr. José Simón Cañas, Universidad Dr. José Matías Delgado y Escuela de Comunicaciones Mónica Herrera, ya que son más propensos a ser influenciados por un estilo de vida que tiene como referencia el voluntariado y que les pueda servir como una experiencia laboral u horas sociales en la carrera ayudando a una causa.

Problema: Historia general de la ONG, historia del voluntariado y los involucrados como elementos principales de personas voluntarias que necesitan recursos para ayudar a resolver problemas ambientales y accidentes en El Salvador.

Solución al problema: Se hizo una recopilación de datos basada en cuestionarios, entrevista y focus group para definir las principales causas por las que los jóvenes no apoyan el voluntariado y que están en universidades con ánimos de superarse profesionalmente en El Salvador y que la imagen del ONG tenga posicionamiento en el país.

Metodología empleada: La investigación fue mixta, porque queríamos profundizar en el problema de los voluntarios activos del Patronato Cuerpo de Bomberos que les faltaban recursos y los jóvenes que son propensos a optar por un voluntariado y la ONG cuente con más personas.

Aspectos de la investigación: Los sujetos de investigación fueron seleccionados por el investigador, buscando contactar a voluntarios sobresalientes del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador. Se contactó a personas representativas de los cuatro elementos, bajo los siguientes criterios: 1) que se mueven en los medios de comunicación, estudiantes buscando horas sociales y el director de la ONG.

Conclusiones: El Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador necesita más recursos para poder tener imagen posicionada en el país, tanto para voluntarios y empresas que desean ayudar con sus rutinas (materiales) .

Índice

Capítulo I	7
1 Exposición del antecedente del problema.....	2
1.1 Justificación	4
1.2 Delimitación del tema.....	5
1.2.1 Límite teórico	5
1.2.2 Límite temporal	5
1.2.3 Límite espacial.....	5
1.2.4 Unidades de observación	6
1.2.5 Contexto de la investigación.....	6
1.2.6 Problema de comunicación.....	7
1.3 Alcances.....	8
1.4 Objetivos.....	9
1.4.1 Objetivo General.....	9
1.4.2 Objetivos Específicos.....	9
1.5 Variables del estudio	9
1.6 Hipótesis	12
1.6.1 Hipótesis de trabajo.....	12
1.6.2 Hipótesis nula	12
1.6.3 Hipótesis alternativa.....	12
1.7 Tema delimitado.....	12
1.8 Pregunta de investigación	12
1.9 Tipo de investigación	13
1.9.1 Por su finalidad	13
1.9.2 Por su objetivo	13
1.9.3 Por su amplitud	13
1.9.4 Por su carácter	13
Capítulo II.....	14
2 Marco Teórico	14
2.1 Parte científica comunicacional.....	15
2.2 Marco histórico: Antecedentes.....	18

2.2.1 Historia y perfil del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador.....	19
2.2.2 Información general del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador	21
2.3 Financiamiento para el apoyo del Cuerpo de Bomberos	21
2.4 Labores del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador	22
2.5 Historia y perfil del Cuerpo de Bomberos de El Salvador.....	22
Capítulo III.....	25
3 Metodología de la investigación	25
3.1 Población a estudiar.....	26
3.2 Tamaño de la muestra.....	26
3.2.1 Procedimiento para calcular la muestra.....	27
3.3 Herramientas para recolección de datos	28
3.3.1 Encuestas.....	28
3.3.2 Focus Groups.....	28
3.3.3 Entrevista a profundidad	29
Capítulo IV	30
4 Análisis e interpretación de los resultados	30
4.1 Interpretaciones de los resultados de los Focus Group	44
4.2 Análisis de encuestas.	45
4.2.1 Análisis de encuestas.....	54
Capítulo V	56
5 Conclusiones y recomendaciones	56
5.1 Comprobación de hipótesis.....	57
5.1.2 Hipótesis de trabajo.....	57
5.1.3 Hipótesis nula	57
5.1.4 Hipótesis alternativa.....	57
5.2 Conclusión	58
5.3 Recomendaciones.....	¡Error! Marcador no definido.
Propuesta comunicacional para el Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador	60
Introducción.....	60
Puntos de partida.....	61
Ejes de acción de la comunicación.....	61

Explicación del problema de comunicación	62
Mapeo Stakeholder - Jerarquización y segmentación.....	63
Objetivos de Comunicación	65
Propuesta de plan de comunicación.....	66
Lineamientos estratégicos para la comunicación corporativa	66
Estrategias y tácticas por objetivos.....	67
Referencias.....	1222
Anexos.....	123

Capítulo I

Definición del problema

1 Exposición del antecedente del problema

Actualmente El Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador (patronatocbes.org, 2013) es una ONG que trabaja a favor del Cuerpo de Bomberos de El Salvador, brindando apoyo económico, moral y legal para el desarrollo técnico del mismo. El mayor problema al que se enfrenta el Patronato es que la población desconoce el trabajo y la existencia de la ONG. El Patronato no se ha enfocado en buscar una identidad propia para que su imagen tenga reconocimiento social como una ONG independiente al gobierno, y que su principal objetivo es apoyar al Cuerpo de Bomberos de El Salvador a desarrollarse técnicamente.

A partir de las entrevistas con los directores del Patronato y observación del mismo, se encontró que otro de los principales problemas del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador es que tiene un departamento de comunicaciones inexperto, y que no cuenta con una guía estructurada para el manejo de comunicaciones externas.

A continuación, se presentará un cuadro comparativo de las funciones del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador y del Cuerpo de Bomberos de El Salvador, ver tabla 1

Tabla 1

Cuadro comparativo de las funciones del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador y del Cuerpo de Bomberos de El Salvador.

Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador	Cuerpo de Bomberos de El Salvador
Apoyar al cuerpo de Bomberos de El Salvador en casos de desastres y emergencias.	Socorrer a la población en caso de desastres y emergencias.
Brindar apoyo monetario al Cuerpo de Bomberos de El Salvador.	Capacitar empresas en temas de primeros auxilios
Capacitar empresas en temas de primeros auxilios.	Capacitar a jóvenes voluntarios.
Incentivar a la población al voluntariado y a promover donaciones para apoyar al Cuerpo de Bomberos de El Salvador.	

(Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador, 2016).

La función específica del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador es proporcionar ayuda económica, moral y legal; para el desarrollo técnico y profesional del Cuerpo de Bomberos de El Salvador. Entendiendo como apoyo moral, mantener la imagen del bombero salvadoreño, como una figura esencial en la sociedad y que su trabajo es fundamental para mantener el bienestar de la misma.

Se identificó que otro inconveniente del Patronato Cuerpo de Bomberos es que las personas fusionan ambas entidades como una sola; y que ambas están sujetas al gobierno. Otro de sus problemas, es que no logran captar jóvenes voluntarios y para el Patronato es importante tener este tipo de apoyo ya que son una ONG sin fines de lucro.

El hecho que la imagen del Patronato Cuerpo de Bomberos, la población la equipare con la de El Cuerpo de Bomberos de El Salvador, dificulta su trabajo, ya que el patronato busca donaciones y voluntariado, y al no tener una identidad definida hace más difícil que puedan cumplir su misión.

Por todo lo anteriormente expuesto, la pregunta de investigación fue:

¿Cuál es el poder de atracción de nuevos voluntarios que posee el Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador con su imagen actual?

1.1 Justificación

El Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador (patronatocbes.org, 2013) es una entidad no gubernamental, que vela por el bienestar del grupo de bomberos nacionales, sin embargo, este concepto no es conocido por la población; ya que constantemente es comparado con el Cuerpo de Bomberos de El Salvador.

El problema que les genera esta crisis de identidad es que no logran cumplir sus objetivos principales que son apoyar financieramente al Cuerpo de Bomberos de El Salvador, debido a que reciben pocos donativos. Otro de los problemas que aqueja al Patronato, es la poca captación de voluntariado, y esto es en gran medida porque no se dan a conocer como ONG, asimismo, no se comunica que su trabajo se realiza de forma separada al que realiza el Cuerpo de Bomberos de El Salvador.

Esta problemática tiene relación sobre el mal manejo de relaciones públicas por parte del departamento de comunicaciones, ya que hay información que se debe transmitir de esta ONG como por ejemplo: trabajos que hacen a nivel nacional, casos de éxito que tienen (capacitaciones, ayuda ciudadana); para que de esta forma den a conocer las funciones que responsabilizan a diario en cualquier parte de El Salvador, y que como organización de voluntariado están sujetos a tener colaboraciones tanto monetaria como de recurso humano. Tomando en cuenta esto, se ven con la necesidad de reforzar la imagen y tener un mensaje que les cree una identidad propia, de forma que puedan mejorar sus ingresos para seguir colaborando a la sociedad especialmente en el departamento de San Salvador.

Con lo anteriormente planteado se identificó que es fundamental que el Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador tenga una guía o un manual de relaciones públicas, para poder solventar el problema de imagen institucional; la cual se tiene que apegar a ciertas normativas

comunicacionales, que les ayudarán a fortalecer la poca identidad que tienen como ONG y así mismo, llevar un orden en sus áreas de comunicación ante la población.

Es importante dar a conocer la diferencia entre ambas entidades, explicar las funciones de cada una y el objetivo de ser de ellas. Al lograr que las personas conozcan la verdadera naturaleza del Patronato Cuerpo de Bomberos se recuperará la imagen de la ONG y logrará cumplir sus objetivos primordiales por las que fue formada.

1.2 Delimitación del tema

1.2.1 Límite teórico

La investigación se basó desde la perspectiva y enfoque comunicacional, ya que se investiga el impacto que posee el Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador para atraer jóvenes voluntarios que deseen formar parte del Cuerpo de Bomberos de El Salvador.

1.2.2 Límite temporal

La investigación se realizó entre los meses de febrero a mayo de 2015, seleccionando febrero y marzo para la recolección de los datos correspondientes a la investigación, dejando abril y mayo para el análisis de resultados y elaborar la propuesta comunicacional.

1.2.3 Límite espacial

La investigación se realizó en las zonas de Antigua Cuscatlán, Santa Tecla y Nuevo Cuscatlán, ya que la investigación se enfoca en conocer la percepción de los jóvenes universitarios de estas zonas, en lo relacionado al tema que se está investigando.

1.2.4 Unidades de observación

Se utilizaron como unidades de observación para la investigación, jóvenes universitarios del área La Libertad y personal del Patronato Cuerpo de Bomberos. Cabe mencionar que actualmente se cuenta con 450 bomberos en el país que trabajan activamente por el bienestar de la población.

1.2.5 Contexto de la investigación

El Patronato Cuerpo de Bomberos fue creado por el decreto legislativo emitido en febrero de 1975, con el principal objetivo de servir y ser un apoyo para El Cuerpo de Bomberos de El Salvador. Su principal objetivo es proporcionar ayuda económica y legal; para el desarrollo técnico y profesional del Cuerpo de Bomberos de El Salvador, (Ley del Cuerpo de Bomberos de El Salvador, 2001).

Por la importancia que tiene dentro del Cuerpo de Bomberos de El Salvador, es fundamental que el Patronato tenga una buena interacción con los medios de comunicación, ya que es un factor importante para comunicar los mensajes de la ONG. Con el auge de las redes sociales y la comunicación 2.0, éste ve la necesidad de incursionar en este ámbito de las comunicaciones, pero no ha logrado implementar bien estas herramientas y por defecto no dan a conocer sus mensajes, uno de los factores por lo que no explotan estas herramientas es la carencia de conocimiento sobre el manejo de planes de comunicación y uso de sus medios alternativos.

1.2.6 Problema de comunicación

Los esfuerzos de comunicación que realiza El Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador se ven limitados, pues no se tiene un plan de relaciones públicas que les guíe para obtener más difusión en los medios de comunicación. A pesar de tener un sitio web y redes sociales, éstos no están siendo bien explotados debido a que no se tiene una persona encargada para actualizar esos perfiles. Además, cuentan con otro conjunto de problemas, los cuales se mencionan a continuación:

- La falta de conocimiento de la ONG. No pautan en ningún medio, y no hacen esfuerzos de relaciones públicas para conseguir publicity, por ello les resulta difícil dar a conocer sus trabajos.
- Imagen. El Patronato cuenta con una imagen institucional pero no la han explotado lo suficiente como para llamar la atención de sus públicos, el problema radica en que no se ha logrado posicionar en la mente de la población como una entidad totalmente diferente con El Cuerpo de Bomberos.
- Información a los jóvenes universitarios. Los esfuerzos para informar a las personas son muy pocos, por ello la mayoría no se entera de las actividades o programas de voluntariado. Se cuenta con un sitio web pero no se tiene un apartado de información específica sobre el voluntariado.

1.3 Alcances

- Diagnosticar el perfil del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador para evaluar su imagen y el posicionamiento que tiene actualmente.

- Identificar los métodos que tienen para comunicar y atraer a más voluntarios en San Salvador.

- Conocer las fortalezas y debilidades del departamento de comunicaciones que tienen a la hora de lanzar mensajes o información para dar solución proponiendo un trabajo guía para su utilización.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Diagnosticar el perfil del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Evaluar las funciones que existen dentro del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador y la importancia de ellas.
- Observar el manejo de información que tiene el departamento de comunicaciones con sus públicos externos.
- Descubrir el modelo de comunicación que tienen para lanzar información en redes sociales y sitio web.

Tabla 2

1.5 Variables del estudio

Variable independiente	Variable dependiente	Variable interviniente
Ausencia del conocimiento de las labores del Patronato Cuerpo de Bomberos como ONG.	Las personas no conocen al Patronato Cuerpo de Bomberos.	<ul style="list-style-type: none">• Poca captación de voluntariado de jóvenes universitarios.• Pocas donaciones e ingresos.

Tabla 3

Matriz de Congruencia

Problema General	Problema Especifico	Objetivo General	Objetivos Específicos	Hipótesis General
<p>Los esfuerzos de comunicación que realiza El Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador se ven limitados, pues no se tiene un plan de relaciones públicas que les guíe para obtener más difusión en los medios de comunicación.</p>	<p>➤ La falta de conocimiento de la ONG. No pautan en ningún medio, y no hacen esfuerzos de relaciones públicas para conseguir publicity, por ello les resulta difícil dar a conocer sus trabajos.</p> <p>➤ Imagen. El Patronato cuenta con una imagen institucional pero no la han explotado lo suficiente como para llamar la atención de sus públicos, el problema radica en que no se ha logrado posicionar en la mente de la población como una entidad totalmente diferente con El Cuerpo de</p>	<p>Diagnosticar el perfil del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluar las funciones que existen dentro del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador y la importancia de ellas. • Observar el manejo de información que tiene el departament o de comunicacion es con sus públicos externos. • Descubrir el modelo de comunicació 	<p>La falta de identidad del perfil del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador afecta el poder de atracción de nuevos voluntarios.</p>

	<p>Bomberos.</p> <p>Información a los jóvenes universitarios. Los esfuerzos para informar a las personas son muy pocos, por ello la mayoría no se entera de las actividades o programas de voluntariado. Se cuenta con un sitio web pero no se tiene un apartado de información específica sobre el voluntariado.</p>		<p>n que tienen para lanzar información en redes sociales y sitio web.</p>	
--	---	--	--	--

1.6 Hipótesis

1.6.1 Hipótesis de trabajo

La falta de identidad del perfil del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador afecta el poder de atracción de nuevos voluntarios.

1.6.2 Hipótesis nula

La falta de identidad del perfil del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador no afecta el poder de atracción de nuevos voluntarios.

1.6.3 Hipótesis alternativa

El departamento de Comunicaciones del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador tiene dificultades para llevar a cabo sus labores.

1.7 Tema delimitado

Investigación del posicionamiento de la imagen institucional del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador para motivar al voluntariado y plan de relaciones públicas.

1.8 Pregunta de investigación

¿Cuál es el poder de atracción de nuevos voluntarios que posee el Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador con su imagen actual?

1.9 Tipo de investigación

1.9.1 Por su finalidad

Con la investigación se logrará conocer el poder de atracción de nuevos y voluntarios para el Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador, el diagnóstico permitirá conocer las razones por las que los jóvenes no deciden formar parte del patronato.

1.9.2 Por su objetivo

La investigación es de tipo descriptiva con una metodología híbrida ya que se centra en conocer el alcance y el poder de atracción que el patronato posee entre los nuevos y activos bomberos voluntarios.

1.9.3 Por su amplitud

Dicha investigación es micro pues esta hace referencia al estudio de posicionamiento de imagen en las zonas de Antiguo Cuscatlán y parte de La Libertad para llamar la atención a un grupo de jóvenes y que sean parte del voluntariado.

1.9.4 Por su carácter

La investigación es híbrida ya que se utilizarán herramientas como encuestas, Focus Groups y entrevistas a profundidad para diagnosticar los problemas que afectan a la imagen del Patronato.

Capítulo II

Antecedentes teóricos

2 Marco Teórico

2.1 Parte científica comunicacional

Las organizaciones son un fenómeno antiguo desde siempre, y éstas han ido evolucionando por su misma naturaleza que depende de factores que predominan a la hora de cambiar como, por ejemplo: temporales, necesidades en común, geográficas y económicas. Todos estos factores son una base en donde una organización está sujeta a desarrollar su trabajo y la razón de ser. Existen dos tipos de organizaciones: sin fines de lucro y las lucrativas, todas dependen de una entidad que se rigen bajo una ley o son netamente regidas por ellas mismas y no dependen del Gobierno.

Las ONG son para un sector específico, y siempre sus mensajes se caracterizan por ser masivos porque necesitan expandirse y tener apoyo de la sociedad para lograr un bien en común. Las necesidades más comunes de una ONG son: capital humano, materiales y en algunos casos monetarios, el último es una gran responsabilidad, porque a partir de esto se crean las relaciones públicas y el uso adecuado para mantener una comunicación a nivel internacional.

Pérez (2006, p. 68) cita en su libro *Marketing Social: Teoría y Práctica*, lo siguiente: “El marketing social es el diseño, implementación y control de programas, dirigidos a incitar la aceptación de ideas sociales, mediante la inclusión de factores como la planeación del producto, precio, comunicación, distribución e investigación de mercados”.

Al interpretar este apartado, indica que toda venta de idea social pasa por un proceso para que sea aceptada en la sociedad, relacionándose directamente con el problema de investigación del Patronato ya que desde sus inicios no planearon las ideas de marketing social para poder tener equilibrada su imagen. Es decir, se requiere de tiempo de creación de estrategias para poder lanzar la razón de ser de su organización.

Otras definiciones de los siguientes autores Ragúm y Karim, argumentan que: “El marketing social implica el cambio de actitudes, creencias y comportamientos de los individuos o de las organizaciones en beneficio de la sociedad, y que la transformación social debe ser el propósito fundamental de toda campaña de esta índole” (Ragúm y Karim, 1991, p. 235).

La definición anterior señala la importancia de la creación de una ONG, ya que se basa en su razón de ser para convencer e indagar a una acción social que solucione la problemática social, y que al mismo tiempo dé motivación a su principal target.

Las relaciones públicas es una herramienta que una ONG, como lo afirma Castillo, es la principal guía de llegar a construir una percepción a los públicos masivamente hablando. Los autores Molotoch y Lester mencionan que:

Uno de los objetivos de las ONG es llegar a la opinión pública para los mecanismos más rápidos y amplios, como es el caso de los mass media. Estas pretensiones se delimitan en una internacionalidad movilizadora de los individuos, acerca de la educación y la sensibilización social sobre determinadas temáticas. (Castillo, 1974, p. 79).

Las relaciones públicas de una organización, según Castillo (1998, p. 201) residen en el mecanismo del orden simbólico que se ajusta a las responsabilidades que tienen los departamentos de comunicaciones; para que sean integrales a la hora de ejecutar su imagen.

Las Relaciones Públicas 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. (Castillo, 1998, p. 201).

Actualmente el diagnóstico del posible problema del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador es la mala administración que existe en el departamento de comunicaciones y el impedimento para lanzar mensajes que lleven al posicionamiento de imagen de éste. Por ello, se señala lo siguiente: “El gabinete de comunicación pretende mejorar la comprensión y aumentar el prestigio social de la organización. Así, una de sus principales misiones consiste en presentar la personalidad de la organización al público” (Castillo, 2000, p. 181).

El párrafo anterior justifica y determina la función del departamento de comunicaciones de una ONG y de aquí parte el uso del manual que les permita conocer y evaluar las estrategias a partir de su posicionamiento, y manejo del manual.

Rodríguez señala que “la comunicación externa es el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable, o a promover sus productos o servicios” (1991, p. 349).

Por todo ello, es conveniente tomar en cuenta a los grupos externos ya sean entidades públicas, empresas privadas u otras organizaciones nacionales e internacionales, para crear lazos de comunicación y estar preparados en caso que se llegue a tener una relación a favor de la organización, en este caso que el Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador; pueda obtener de de esos grupos externos.

Hablando de públicos, existen los que dependen de las acciones de las empresas u organizaciones pero que les afecta de forma indirecta o directa. Son directa cuando pertenecen a la ONG o grupo, e indirecta cuando son más consumidores.

stakeholder secundarios son aquellos que no participan directamente en el intercambio con una empresa, pero que sí pueden afectar o verse afectados por las acciones de ésta. En esta categoría están los competidores, los medios de comunicación y las ONG, entre otros (Falva, 2016, p. 1).

A través de estas definiciones es donde se encuentra otra herramienta que depende de las relaciones públicas porque a medida ésta, es un canal de transmisión del mensajes, ellos crean y conceptualizan con sus perspectivas la imagen de la ONG según sus acciones o manipulaciones.

2.2 Marco histórico: Antecedentes

¿Qué son las organizaciones sin fines de lucro u ONG?

Según la Federación Antioqueña de ONG, 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 dirigida por personas con un interés común”. Es así, como las Organizaciones No Gubernamentales llevan a cabo servicios humanitarios, sirven como mecanismo de alerta y apoyan la participación política a nivel de comunidad.

Técnicamente las ONG son entidades de derecho privado, sin ánimo de lucro, con claros objetivos de beneficio social, tienen trabajo voluntario y reinvierten sus excedentes en su objeto social. Las ONG son entidades autónomas, sin injerencia estatal o gubernamental en sus decisiones, aunque sus trabajos siempre se desarrollen en campos donde el Estado tiene responsabilidades. (Según la Federación Antioqueña de ONG, 2016, Párr. 1).

Por otro lado, en el libro “Las organizaciones no gubernamentales –ONG– hacia la construcción de su significado” de Giovanni Pérez Ortega, define lo siguiente:

Las ONG en la dimensión social coinciden en manifestar que las ONG son organizaciones inmersas dentro de lo que se conoce como sociedad civil, que a su vez está conformada entre otros, por voces ciudadanas: líderes sociales, académicos e investigadores, organizaciones de la sociedad civil, y/u organizaciones no gubernamentales –ONG–, grupos, foros o movimientos; quienes desean participar en los asuntos públicos del país como contralores sociales que denuncian y quieren frenar la pobreza, la corrupción y la violación

a los derechos humanos por un lado, y mantener las garantías constitucionales, por otro lado. (Pérez, 2002, p. 140).

2.2.1 Historia y perfil del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador

El Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador, nació por decreto legislativo en febrero de 1975, con vocación y espíritu de servicio. Así desde entonces y hasta la fecha, ha acompañado al Cuerpo de Bomberos de El Salvador (CBES) en sus diferentes etapas de desarrollo y crecimiento profesional y de cobertura a todo territorio nacional, pues canalizando y promoviendo la ayuda de la empresa privada ha aportado la construcción de infraestructura, equipos diversos y apoyo para la capacitación de los miembros de la institución CBES, (Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador, 2016, párr. 1).

Desde 1975, el Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador, con los bomberos ha promovido la cultura de la prevención y la capacitación en la prevención y reducción de riesgos en la industria y las comunidades. Siendo a través de trabajar y recaudar fondos de las más prestigiosas empresas de El Salvador, que han logrado enviar en diferentes ocasiones a su personal a capacitarse en temas relacionados con la seguridad industrial y la salud ocupacional, (Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador, 2016 párr.1).

El Patronato del Cuerpo de Bomberos de El Salvador, está formada como una entidad privada de carácter no lucrativa, inscrita en el No. 80 Folio 213 al 214

del Registro de Asociaciones y Fundaciones sin fines de lucro, (Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador, 2016 párr. 1).

El primordial objetivo del Patronato es proporcionar ayuda económica, moral y legal, para el desarrollo técnico y profesional del Cuerpo de Bomberos de El Salvador para que sus miembros sirvan a la comunidad en casos de emergencias, (Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador, 2016 párr. 1).

Junta directiva del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador

La función de la junta directiva del Patronato es guiar la organización para que cumpla sus objetivos. Está conformada por 11 personas en las que se encuentran el Presidente, Vice-Presidente, Secretario, Tesorero, Tesorero auxiliar, Encargado del sindicato, cuatro vocales y un asesor de la junta. Ver organigrama en anexo 1

El Patronato Cuerpo de Bomberos subsiste de las donaciones y las capacitaciones que dan en las diferentes empresas privadas. Cuentan con tarifas para pequeñas, medianas y grandes empresas, ya que el tipo de capacitación varía por el tamaño de las empresas e instalaciones, El Cuerpo de Bomberos de El Salvador también tiene los mismos servicios, pero con costos muchísimamente más bajos, creando así una competencia directa entre ambas entidades.

Según la Ley del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador (2000, p. 15) La función principal del Patronato Cuerpo de Bomberos es apoyar económicamente al Cuerpo de Bomberos de El Salvador y éste puede tomar las acciones que considere necesarias para hacerlo, y se avalan por la Ley del Patronato del Cuerpo de Bomberos de El Salvador Art. 5

Art. 5.- La Junta Directiva establecerá los sistemas adecuados para lograr de los ciudadanos su colaboración en pro del Cuerpo de Bomberos de El Salvador, dispondrá sobre la inversión de los fondos colectados o los objetos recibidos para alcanzar sus fines, y podrá organizar comisiones de finanzas, relaciones públicas y aquellas otras que fueren necesarias. (Ley del Patronato del Cuerpo de Bomberos de El Salvador, 2000, P. 2).

2.3 Financiamiento para el apoyo del Cuerpo de Bomberos

Socios Contribuyentes: Son quienes voluntariamente asignan una cuota al patronato ya sea mensual, trimestral, semestral o anual.

Donaciones Especiales: Son las donaciones económicas o materiales que el Patronato recibe esporádicamente.

Capacitaciones: El Patronato ofrece una serie de Cursos y Acciones Formativas en el área de Seguridad Industrial y Desarrollo Humano, (Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador, 2016).

Tipo de cursos:

- Brigadas de Primeros Auxilios
- Brigadas de Evacuación
- Brigadas de Extinción de Fuego
- Ley General de Prevención de Riesgos en los Lugares de Trabajo (48 horas)
- Rescate Seguro en Alturas
- Espacios Confinados
- Operación Rueda Segura
- Cero Accidentes
- Plan de Emergencia Interno
- Equipos de Protección Personal

2.4 Labores del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador

Es muy importante el aporte que han brindado diferentes instituciones y ONG internacionales, a través de las capacitaciones en las diversas áreas de primeros auxilios. Cabe mencionar que los servicios que se prestan a las empresas privadas tienen un costo ya que esos servicios son especializados en Materiales Peligros, Búsqueda y Rescate Canino; así como rescate acuático.

Con las donaciones que se reciben apoyan directamente al Cuerpo de Bomberos de El Salvador y de esta manera cumplen uno de sus principales objetivos que es darles apoyo financiero.

2.5 Historia y perfil del Cuerpo de Bomberos de El Salvador

Nació como entidad de servicio para cubrir la necesidad de protección de vidas y propiedades de la creciente población del siglo pasado.

Entre los pioneros tenemos: Eugenio Aguilar y Manuel A. Párraga, quienes en el año de 1880, se encargaron de traer a nuestro país, las primeras cuatro bombas manuales contra incendios cada una podía lanzar un pitón de 100 galones de agua por minuto, hasta una altura de 120 pies. (Ley del Patronato del Cuerpo de Bomberos de El Salvador, 2000, P. 1).

Estas bombas eran alimentadas llenando continuamente el tanque-depósito del agua con baldes o poniendo una chupadera en una vertiente cercana. Cada bomba tenía un costo de \$325.00. Estaban montadas sobre ruedas de 32 o más pulgadas de diámetro, tenía 75 pies de manguera de lino, 25 baldes de lona, 20 pies de chupadera y un carro para enrollar y conducir las mangueras, pesaban

aproximadamente 1500 libras cada una. Para transportarlas bastaban dos y para operarlas 12 hombres bien entrenados. Estas cuatro máquinas fueron bautizadas con los siguientes nombres: No.1 Salvador, No.2 Guatemala, No.3 (Ley del Patronato del Cuerpo de Bomberos de El Salvador, 2000, P. 1).

Nicaragua y No.4 Honduras. Fue creado oficialmente el día 12 de febrero de 1883, estando de presidente el Dr. Rafael Zaldívar, por Decreto Legislativo publicado en el Diario Oficial No 48 del 25 de febrero del mismo año, adjunto a la Policía Urbana de aquella época. Fue integrado por 20 miembros (2 sargentos y 18 bomberos), los cuales fueron divididos en dos comisarías, con un sargento y 9 bomberos cada una (Ley del Patronato del Cuerpo de Bomberos de El Salvador, 2000, P. 1).

En la actualidad el Cuerpo de Bomberos cuenta con más de 350 elementos bomberos y tiene cobertura en las 14 cabeceras departamentales, (Ley del Patronato del Cuerpo de Bomberos de El Salvador, 2000, P. 1).

El Cuerpo de Bomberos de El salvador se rige por el Ministerio de Interior y de Seguridad Pública, así lo señala el Art. 2 de la Ley del Cuerpo de Bomberos de El Salvador (2000, p. 3).

Art. 2.- El Cuerpo de Bomberos de El Salvador, funcionará como una Dirección General adscrita al Ministerio del Interior y de Seguridad Pública.

Los fondos que son recibidos en el Cuerpo de Bomberos de El Salvador por sus servicios prestados o donaciones tienen que ser enviados a los fondos de actividades especiales, según lo señala el Art. 30 de la Ley del Cuerpo de Bomberos de El Salvador.

Art. 30.- Según decreto de la Asamblea Legislativa de El Salvador, número 289 “Los derechos, honorarios especiales y cualquiera de otros fondos provenientes por servicios prestados a las compañías de seguros, de conformidad con la Ley de Inspección General de Seguros Contra Incendios, también ingresaran al fondo de actividades especiales”.

Organigrama del Cuerpo de Bomberos de El Salvador.

Cuerpo de Bomberos de El Salvador está conformada por cuatro grandes aéreas las cuales son: Gerencia, departamento de administración y finanzas, departamentos de operaciones, departamento de formación y capacitación. Organigrama en anexo 2

Capítulo III

Diagnóstico comunicacional

3 Metodología de la investigación

Por el carácter de la investigación se denominó que es de tipo híbrida y una de las herramientas más adecuada para recolectar datos e información que sea de suma importancia para la investigación, son los Focus Groups.

3.1 Población a estudiar

La población estudiada estuvo compuesta por 166 estudiantes de las principales universidades de las zonas de Antigua Guatemala y La Libertad (Dr. José Matías Delgado, José Simeón Cañas y Escuela Mónica Herrera). Distribuidos en las diferentes carreras de dichas universidades.

Se pasaron 166 encuestas, dirigidas a jóvenes universitarios de las zonas de Antigua Guatemala y La Libertad, también se realizaron dos focus groups siempre a jóvenes estudiantes de las zonas anteriormente mencionadas y dos entrevistas a profundidad que se les realizaron a los directores del Patronato Cuerpo de Bomberos, para conocer sus perspectivas y opiniones al respecto del tema y así mismo retroalimentar la investigación con sus comentarios y vivencias dentro de la ONG.

3.2 Tamaño de la muestra

Para el cálculo de la muestra se trabajará con la fórmula para un Universo Finito, ya que N es menos de 10,000 para lo que para que la investigación sea más exacta la fórmula a utilizar tiene que ser finito.

3.2.1 Procedimiento para calcular la muestra

Como $N < 10,000$

Se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N$$

$$(N - 1) E^2 + Z^2 P \cdot Q$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza para generalizar; 95% equivale a 1.96

$P \cdot Q$ = Variabilidad del fenómeno estudiado; $P = 0.5$, $Q = 0.5$

E = Precisión con que se generalizan los resultados puede ser 0.05, si

Corresponde a un $Z = 95\%$

$$n = (1.96)^2 \cdot (0.5) \cdot (0.5) \cdot 292$$

$$\frac{\quad}{(292 - 1) (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5) (0.5)}$$

$$n = 280.4368$$

$$\frac{\quad}{1.6879}$$

$$n = 166$$

De nuestra población calculada vamos a sacar el 10% para efectos de la prueba piloto.

$$n = 166 \times 10\% = 17$$

3.3 Herramientas para recolección de datos

A continuación, presentamos las herramientas que se utilizaron para la recolección de datos, por orden de ejecución.

Primero se pasaron encuestas, segundo se realizaron los focus groups y por último las entrevistas a profundidad.

3.3.1 Encuestas

Se utilizarán encuestas para recolectar datos importantes sobre la percepción de los jóvenes universitarios en cuanto al tema de investigación. El número de encuestas serán 166. Ver anexo 3

3.3.2 Focus Groups

Se realizaron Focus Group ya que es una técnica que centra la atención en la pluralidad de respuestas obtenidas por el grupo de personas que asistieron. Se recopiló información sobre la percepción, sentimientos y opiniones de las personas sobre el tema de la Imagen del Patronato Cuerpo de Bomberos. Ver guía de Focus Groups en anexo 4

Proceso de elaboración del Focus Group.

- Primero establecimos los objetivos de la investigación, en base a ellos seleccionamos a las personas que calificaban como nuestro público.
- Se planificó un guion con preguntas abiertas de tipo general y específicas para que las personas que asistieron contestaran de forma general y específica.
- Seleccionamos a los participantes por medio de selección de personas que cumplieran con ciertas características y que aportaran información que la investigación necesita.
- Los Focus Groups en Sesiones con moderador dual, esta se basó en tener dos moderadores, uno se encargó de desarrollar la sesión interactuando con los participantes, mientras el segundo moderador se encargó de asegurarse que se tocaran todos los temas que estaban en el guion.
- Las personas que se seleccionaron para participar en el focus groups se separaron por unidades y por universidades.
- El número de personas para cada focus groups fueron 5, más dos moderadores.

3.3.3 Entrevista a profundidad

Para completar las herramientas de investigación se llevaron a cabo 2 entrevistas a profundidad, las personas entrevistadas fueron los jefes del Patronato Cuerpo de Bomberos que conforman el departamento de comunicaciones Patronato. Esta herramienta será utilizada para recabar información para contestar uno de los objetivos específicos “*Observar el manejo de información que tiene el departamento de comunicaciones con sus públicos externos*”

La entrevista se llevó a cabo con un modelo de tipo conversación en donde se conversó y no fue solo de intercambio de preguntas y respuestas. El tipo de entrevista fue:

De tipo aprendizaje: En este tipo de entrevista nos pudimos dar cuenta de información muy personal y perceptivo de la situación de cómo perciben ellos el manejo de la ONG. (Ver guión de entrevista en anexo 5).

Capítulo IV

Análisis de los datos

4 Análisis e interpretación de los resultados

Vaciado Focus Group 1°

Jóvenes universitarios de la Universidad José Simeón Cañas (UCA)

Tabla 4

-Moderador	Buenas tardes estimados, gracias por asistir al focus group de este día.
-Grupo de personas	Todos respondieron el saludo y las gracias por la invitación.
-Moderador	Vamos a comenzar con un pequeño juego para hacer más dinámica la reunión, les explico. Pasaremos una pelotita al ritmo de una canción al terminar esa canción la persona que tenga la pelota comenzara a contestar las preguntas que les haremos. No se preocupen las preguntas son más que todo de vivencias personales y percepción. -Música
-Moderador	Tiempo. Puedes presentarte y responder la siguiente pregunta. ¿Qué los motivaría para volverse voluntarios del Patronato Cuerpo de Bomberos?
-Persona 1	Buenas tardes mi nombre es Karina, soy estudiante de la UCA de tercer año. Ummmmm pues me motivaría el saber qué tipo de labores hacen ellos, o sea en específico ya que solo conozco que brindan auxilio en incendios y si se les necesita en desastres naturales. Ummm eso.
-Moderador	Gracias por tu respuesta. Seguimos con la dinámica siempre con la misma pregunta. -Música
-Persona 2	Buenas tardes mi nombre es Carlos, soy estudiante de la UCA. ¿Qué me motivaría a mí? Ummm quizás que dieran a conocer los beneficios que dan por ser voluntario, al decir beneficios me refiero si dan horas sociales o algún certificado.
-Moderador	Gracias por tu respuesta. Seguimos con la dinámica siempre con la misma pregunta. -Música

-Persona 3	Umhhh para mi primero sería importante que dirán a conocer más quienes son, donde están ubicados, y sus labores ya que tengo entendido que no son lo mismo que el Cuerpo de Bomberos. Ahh mi nombre es Hector también soy estudiante de la UCA
-Moderador	Gracias por tu respuesta. Seguimos con la dinámica siempre con la misma pregunta. -Música
-Persona 4	Hola mi nombre es Ana y al igual que Hector pienso lo mismo, antes de ser voluntario o querer serlo, uno se tiene que empapar con la organización o entidad.
-Moderador	Gracias por tu respuesta. Seguimos con la dinámica siempre con la misma pregunta. -Música
-Persona 5	Mi nombre es Arturo, para que a mi me llame la atención un voluntariado es necesario que yo me de cuenta de sus trabajos y que hacen como entidad.
-Moderador	Gracias a todos por sus respuestas. Seguimos con la segunda pregunta. Antes les mencionaremos las labores específicas del Patronato Cuerpo de Bomberos. <ul style="list-style-type: none"> • Apoyar al cuerpo de Bomberos de El Salvador en casos de desastres y emergencias. • Brindar apoyo monetario al Cuerpo de Bomberos de El Salvador. • Capacitar empresas en temas de primeros auxilios. • Incentivar a la población al voluntariado y a dar donaciones para apoyar al Cuerpo de Bomberos de El Salvador. Ahora haremos las preguntas de forma directa, con el orden de respuesta de la primera pregunta. La pregunta es: Ahora que conoce las labores del Patronato Cuerpo de Bomberos ¿Desearían formar parte del voluntariado?
-Persona 1	Umhhh quizás como formar parte del voluntariado no, pero si los apoyaría financieramente ya que ellos ayudan al cuerpo de bomberos.
-Persona 2	Sí, pero quizás necesitarían reforzar su manera de llamar a

	personas al voluntariado ya que, si una de sus labores es conseguir apoyo de las personas, no se nota por lo menos yo no lo he notado en esta zona.
-Persona 3	No, quizás porque no me parece que estén cumpliendo sus labores, pero esa es mi percepción y aaaa no formaría parte del voluntariado.
-Persona 4	Yo si, de cierta manera conozco las deficiencias que tienen los bomberos y lo que sufren cuando hacen sus labores y si el Patronato les ayuda a mantenerse yo si los apoyaría como voluntario.
-Persona 5	Como no conozco bien sus labores y lo que han hecho hasta ahorita no formaría parte del voluntariado.
-Moderador	Gracias a todos por su aportación. ¿Antes de continuar desean tomar más agua, soda o té?
-Grupo de personas	Todos contestaron que no.
-Moderador	Perfecto. La siguiente pregunta es ¿Creen que es importante la labor que cumple El Patronato Cuerpo de Bomberos?
-Persona 1	Si, ya que, si ayudan a los Bomberos para cumplir sus labores, su trabajo es muy importante.
-Persona 3	La verdad que sí, es importante. Pero sería bueno que dieran a conocer más sus trabajos e importancia de su existencia.
-Persona 4	Si, si son encargados de apoyarlos financieramente si.
-Persona 5	Ummm sí, pero tendrían que mejorar su trabajo.
-Moderador	Continuamos con la siguiente pregunta. ¿Sabían que cuentan con un sitio web y redes sociales?
-Persona 1	Conozco su facebook, pero no me ha llamado la atención darle me gusta.
-Persona 2	No, no conozco su facebook ni sitio web.
-Persona 3	No
-Persona 4	Me las han comentado, pero no las he visto y la verdad ni las he intentado buscar.

-Persona 5	Sí, he visitado su sitio web, tiene poca información y sus redes pues necesitan hablar más sobre sus trabajos.
-Moderador	Gracias por sus aportes, quisieran tomar ¿agua, soda, té o algo de comer?
-Grupo de personas	Todos respondieron sí.
-Moderador	Perfecto en unos momentos les serviremos un pan y jugos. Continuemos con las preguntas mientras servimos para terminar un poco antes. La pregunta es ¿Cómo se enteran de las labores que hacen El Patronato Cuerpo de Bomberos?
-Persona 1	La verdad nunca me he enterado de una labor en específico de ellos, lo único es cuando se enfrentan a incendios grandes y brindan su apoyo.
-Persona 2	Nunca me he enterado de sus labores.
-Persona 3	Pues un amigo me comento sobre sus labores, pero en específico cuando se incendió el centro comercial, solo esa vez.
-Persona 4	Por las noticias, pero muy rara vez, y escuche un comentario sobre que tenían actividades con hooters.
-Persona 5	La verdad por comentarios de las personas y como soy una persona curiosa busco en internet.
-Moderador	Gracias a todos, ya estamos en la última pregunta, en base a lo que se ha platicado pueden contestar la siguiente pregunta. Vamos a hacer una dinámica júntense y discutan entre si la respuesta y con los comentarios de todos nos podrían brindar una respuesta. ¿Conoce la diferencia entre el Patronato Cuerpo de Bomberos y Bomberos de El Salvador?
-Grupo de personas	Se agrupan y discuten sus opiniones.
-Responde la persona 5	Todos estamos de acuerdo que son dos grupos diferentes, uno está hecho para brindar apoyo únicamente a la sociedad y la otra o sea el Patronato para apoyar y ayudar a los Bomberos.
-Moderador	Muchas gracias por su tiempo, les agradecemos su colaboración.

Vaciado Focus Group 2

Jóvenes estudiantes de la Escuela Mónica Herrera

Tabla 5

-Moderador	Buenas tardes estimados, gracias por asistir al focus group de este día.
-Grupo de personas	Todos respondieron el saludo y las gracias por la invitación.
-Moderador	Vamos a comenzar con un pequeño juego para hacer más dinámica la reunión, les explico. Pondremos un poco de música para hacer más entretenida la reunión y cuando pare la música elegiremos a una persona para iniciar las preguntas. -Música
-Moderador	Tiempo. Puedes presentarte y responder la siguiente pregunta. ¿Qué los motivaría para volverse voluntarios del Patronato Cuerpo de Bomberos?
-Persona 1	Buenas tardes mi nombre es Santiago soy estudiante de la Mónica, ummm nunca había escuchado la palabra patronato, para mí son el mismo con el cuerpo de bomberos, y la verdad no me motiva formar parte del voluntariado de los bomberos.
-Moderador	Gracias por tu respuesta. Seguimos con la dinámica siempre con la misma pregunta. -Música
-Persona 2	Buenas tardes mi nombre es Evelyn soy estudiante de la Mónica Herrera, Soy una persona activa en los voluntariados, pero para ser sincera al igual que mi compañero pensaba que solo existía el cuerpo de bomberos. Para formar parte de un voluntariado primero necesito información sobre sus labores y actividades.

-Moderador	Gracias por tu respuesta. Seguimos con la dinámica siempre con la misma pregunta. -Música
-Persona 3	Mi nombre es Ivan soy estudiante de la Mónica, no conozco las labores del patronato entonces no me motivaría en volverme voluntario.
-Moderador	Gracias por tu respuesta. Seguimos con la dinámica siempre con la misma pregunta. -Música
-Persona 4	Mi nombre es Marcos, soy estudiante de la Mónica, la verdad para que uno se interese una persona en formar parte de un voluntariado es necesario conocer sus actividades e historias.
-Moderador	Gracias por tu respuesta. Seguimos con la dinámica siempre con la misma pregunta. -Música
-Persona 5	Mi nombre es Mauricio, para que a mi me llame la atención un voluntariado es necesario que yo me dé cuenta de sus trabajos y que hacen como entidad.
-Moderador	Gracias a todos por sus respuestas. Seguimos con la segunda pregunta. Antes les mencionaremos las labores específicas del Patronato Cuerpo de Bomberos. <ul style="list-style-type: none"> • Apoyar al cuerpo de Bomberos de El Salvador en casos de desastres y emergencias. • Brindar apoyo monetario al Cuerpo de Bomberos de El Salvador. • Capacitar empresas en temas de primeros auxilios. • Incentivar a la población al voluntariado y a dar donaciones para apoyar al Cuerpo de Bomberos de El Salvador.

	Ahora haremos las preguntas de forma directa, con el orden de respuesta de la primera pregunta. La pregunta es: Ahora que conoce las labores del Patronato Cuerpo de Bomberos ¿Desearían formar parte del voluntariado?
-Persona 1	Ummm quizás como formar parte del voluntariado no, pero si los apoyaría financieramente ya que ellos ayudan al cuerpo de bomberos.
-Persona 2	Sí, pero quizás necesitarían reforzar su manera de llamar a personas al voluntariado ya que, si una de sus labores es conseguir apoyo de las personas, no se nota por lo menos yo no lo he notado en esta zona.
-Persona 3	No, quizás porque no me parece que estén cumpliendo sus labores, pero esa es mi percepción y aja no formaría parte del voluntariado.
-Persona 4	Yo sí, de cierta manera conozco las deficiencias que tienen los bomberos y lo que sufren cuando hacen sus labores y si el Patronato les ayuda a mantenerse yo si los apoyaría como voluntario.
-Persona 5	Como no conozco bien sus labores y lo que han hecho hasta ahorita no formaría parte del voluntariado.
-Moderador	Gracias a todos por su aportación. ¿Antes de continuar desean tomar más agua, soda o té?
-Grupo de personas	Todos contestaron que no.
-Moderador	Perfecto. La siguiente pregunta es ¿Creen que es importante la labor que cumple El Patronato Cuerpo de Bomberos?
-Persona 1	Si, ya que, si ayudan a los Bomberos para cumplir sus labores, su trabajo es muy

	importante.
-Persona 2	Si.
-Persona 3	La verdad que sí, es importante. Pero sería bueno que dieran a conocer más sus trabajos e importancia de su existencia.
-Persona 4	Si, si son encargados de apoyarlos financieramente sí.
-Persona 5	Ummm sí, pero tendrían que mejorar su trabajo.
-Moderador	Continuamos con la siguiente pregunta. ¿Sabían que cuentan con un sitio web y redes sociales?
-Persona 1	Conozco su facebook, pero no me ha llamado la atención darle me gusta.
-Persona 2	No, no conozco su facebook ni sitio web.
-Persona 3	No.
-Persona 4	Me las han comentado, pero no las he visto y la verdad ni las he intentado buscar.
-Persona 5	Sí, he visitado su sitio web, tiene poca información y sus redes pues necesitan hablar más sobre sus trabajos.
-Moderador	Gracias por sus aportes, quisieran tomar ¿agua, soda, té o algo de comer?
-Grupo de personas	Todos respondieron sí.
-Moderador	Perfecto en unos momentos les serviremos un pan y jugos. Continuemos con las preguntas mientras servimos para terminar un poco antes. La pregunta es ¿Cómo se enteran de las labores que hacen El Patronato Cuerpo de Bomberos?
-Persona 1	La verdad nunca me he enterado de una

	labor en específico de ellos, lo único es cuando se enfrentan a incendios grandes y brindan su apoyo.
-Persona 2	Nunca me he enterado de sus labores.
-Persona 3	Pues un amigo me comento sobre sus labores, pero en específico cuando se incendió el centro comercial, solo esa vez.
-Persona 4	Por las noticias, pero muy rara vez, y escuche un comentario sobre que tenían actividades con hooters.
-Persona 5	La verdad por comentarios de las personas y como soy una persona curiosa busco en internet.
-Moderador	Gracias a todos, ya estamos en la última pregunta, en base a lo que se ha platicado pueden contestar la siguiente pregunta. Vamos a hacer una dinámica júntense y discutan entre si la respuesta y con los comentarios de todos nos podrían brindar una respuesta. ¿Conoce la diferencia entre el Patronato Cuerpo de Bomberos y Bomberos de El Salvador?
-Grupo de personas	Se agrupan y discuten sus opiniones.
-Responde la persona 5	Todos estamos de acuerdo que son dos grupos diferentes, uno está hecho para brindar apoyo únicamente a la sociedad y la otra o sea el Patronato para apoyar y ayudar a los Bomberos.
-Moderador	Muchas gracias por su tiempo, les agradecemos su colaboración.

Entrevistas a profundidad

Entrevistado: Erick Portillo

Cargo: Gerente General del Patronato

Entrevistador: Quiero hacerle unas preguntas que necesitamos que usted nos responda.

Entrevistado: perfecto cuales son

Entrevistador: Pues toda esta información será confidencial, ya que es con fines de investigación y llenar nuestra encuesta.

Entrevistado: perfecto.

Entrevistador: Quiero comenzar con esta pregunta, y es: ¿Cuánto tiempo lleva colaborando para el Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador?

Entrevistador: llevo 9 años siendo voluntario del Patronato, siempre lo he sido, comencé a trabajar, siempre como voluntario en la Cruz Roja desde los 14 años (pausa) yo ahí me desenvolví como ayudante, luego pase a tesorería y luego administraba los grupos que tomábamos una ruta y nos íbamos a eventos. En ese entonces yo controlaba parte de la zona, siempre todo El Salvador y parte de la brigada de salud.

Entrevistador: ¿por qué cambió de ONG?

Entrevistado: Pues sinceramente yo no estaba bien ya trabajando, me entendía mal. Siempre he tenido grandes problemas con cosas internas sobre administración porque por falta de comunicación.

Entrevistador: ¿Qué diferencias ha encontrado con el trabajo interno de su anterior trabajo con el actual?

Entrevistado: Mire, le diré algo eso de estar en comunicaciones, he tenido grandes problemas porque quiero hacer algo más allá de lo tradicional de este tipo de trabajo. Porque (pausa) ... ríe – lastimosamente el Patronato está dividido entre los bomberos de Cuerpo de Bomberos y el Patronato se rigen bajo nuestras propias políticas y estatutos, no dependemos de gobierno. El trabajo anterior también teníamos problemas de comunicarnos y saber todo lo que estaba pasando porque los recursos no daban para lo que queríamos hacer. No cambia nada.

Bueno hasta ahora acá en el Patronato que yo me he metido en problemas por la comunicación porque siempre peleo por algo que no veo bien y deseo cambiarlo.

Entrevistador: ¿Qué medios utilizan para su comunicación interna?

Entrevistado: Nosotros siempre celular y toda la tecnología. Pero queremos lograr una vinculación de campañas, porque nunca nos han dejado lanzar más información

Entrevistador: ¿Cuáles son sus límites que tienen para tener un buen manejo de información para su público exterior?

Entrevistado: Como le dije anteriormente... (Tóese y respira) si queremos que esto vaya creciendo y desarrolle, el gran problema es que nosotros contábamos con un grupo de comunicaciones, le digo contábamos porque no hace nada en realidad desde que implementaron una cosa que, imagínese... (pausa, toma agua)

No entendemos por qué no publicar cosas que nosotros hacemos en redes sociales o sitio web para que los demás sepan de nuestras labores, han dicho que no se puede hacer eso porque es peligroso.

Entrevistador: ¿Por qué no dejan hacer eso a un departamento especializado para que se controle mejor y se maneje información de calidad?

Entrevistado: Pues porque como ellos también son parte del Cuerpo de Bomberos de El Salvador, no hay una motivación que digan que nos ayudarán a nosotros. Hay persona que no tiene conocimiento de estar en algo de comunicaciones.

Por esto no tenemos apoyo de los demás porque nosotros queremos darnos a mostrar, por ejemplo, el ministro mandó a “apagar el fuego de Las Cascadas” pero nada que ver. Nosotros necesitábamos más apoyo, Jhonny Wright, llegó ese día y nos tomamos fotos con todo y nos regañaron... nos dieron agua y nos la quitaron al instante porque lo había donado el que casualmente ...

(Suenan el celular)

Entrevistado: en que estaba es que estaba atendiendo un evento que tendremos en Tin Marín.

Entrevistado: Que nos los dejan acercarse con otras figuras públicas

Entrevistado: ¡ah! Si pues este (pausa) ... casualmente él estaba en campaña y no lo podíamos hacer público el hecho que él nos ayudaba y eso no tiene que volver a pasar, pero esto es así, el gobierno sabe que tiene que responder a las necesidades económicas del Patronato y pues evita toda relación que figure a ese fin.

Interviene el entrevistado:

Entrevistador: ¿Cómo califica usted el perfil actual o qué imagen cree usted que proyecta el Patronato?

Entrevistado: pues pensamos que nos tienen como buenos capacitadores, mire sin mentirle nosotros tenemos mucha demanda de las empresas a nivel de San Salvador, nos consultan de empresas de todo tipo,..(se calla)

Entrevistador: ¿Qué tipo de empresas atienden?

Entrevistado: de todo como Walmart hasta...que le digo... mmmmm la tiendita de la niña Mary, por ejemplo. Son pequeñas y medianas. Tenemos competencia con Bomberos, porque capacitan

empresas, solo que nosotros por una brigada de primeros auxilios ellos cobran \$50.00 y nosotros seis dólares.

Tenemos ayuda también de parte de Bomberos, porque nos pasan de bajo de agua los clientes.

Entrevistador: ¿Cómo se enteran las empresas de ustedes?

Entrevistado: Pues por contactos, mandamos una base de datos que los actualizamos cada mes y preparamos visitas y citas con nuevas empresas y también primero nosotros les llevamos un análisis de sus estructuras. Hacemos llamadas.

Entrevistador: ¿Cómo motivan a los demás a hacer voluntarios, también los buscan en empresas?

Entrevistado: Es que han inventado una onda que se llama “curso” Bueno nunca lo supieran administrar, le llaman bombero voluntario aquel, ellos abren una promoción, el año pasado, “curso de bomberos voluntario se llama”, así le llaman ellos, pero qué sucedes, el 95% que llegan su meta no es ser voluntario... si no que bomberos con plaza.

Entrevistador: ¿Cómo se califican ustedes de la imagen que transmite?

Acá se ha perdido la mística, eso yo sé que es un trabajo social, es un trabajo de muchas cosas porque hay otros lugares que si hay desarrollo y tienen mística porque hay reglamentos, estructuras, pero aquí no lo ven, uno ve la soluciones para los voluntarios, vender de otra forma la imagen y poder ir directamente al grano. Entonces qué pasa con estos bomberos. Transmiten algo que no son. Son buenos bomberos, pero ahora están viejos y los ponen a hacer de todo y cuando el bombero tiene que ser libre y profesional.

Recalco es la mística. Queremos oficinas para el bombero voluntariado y hacer crecer esta ONG ya que solo somos 15 voluntarios bomberos a nivel nacional.

Entrevistador y el Entrevistado se despiden.

Gráficos e Interpretación

4.1 Interpretaciones de los resultados de los Focus Group

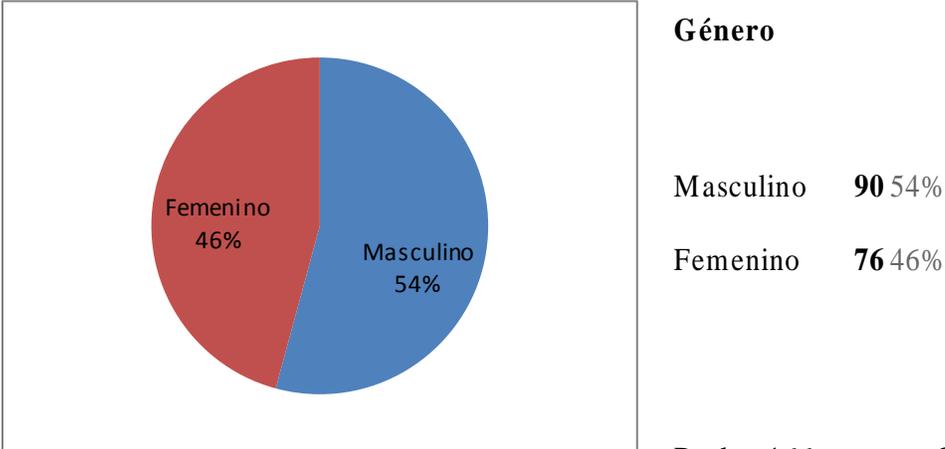
Perfil del participante: Joven estudiante, que se interese por las labores sociales, causas sociales y que alguna vez haya estado involucrado en algún tipo de proyecto social.

Que este cursando quinto ciclo de universidad, que estudie en universidades de las áreas de Antigua Cuscatlán y La Libertad.

- Que conocen la existencia del Patronato pero no sus labores específicas.
- Al no conocer sobre sus trabajos, proyectos y actividades hace que los jóvenes no tomen interés alguno por formar parte del voluntariado del Patronato.
- El medio por el cual se enteraron de la existencia del Patronato fue por conocidos, y que sus redes sociales carecen de información sobre la ONG y sus actividades.
- Que no tienen clara la imagen del Patronato ya que la confunden con Bomberos de El Salvador. Esto se identificó mediante las encuestas y el director del Patronato nos lo menciona.
- No están motivados a formar parte del voluntariado del Patronato por la falta de información sobre la ONG y los beneficios de ser voluntario.
- Al no conocer sobre sus trabajos, proyectos y actividades hace que los jóvenes no tomen interés alguno por formar parte del voluntariado del Patronato.
- Las personas que asistieron a los focus group afirman que no tienen clara la labor que hace el Patronato y Bomberos de El Salvador.
- Cuatro de 15 personas conocen el Patronato Cuerpo de Bomberos, pero piensan que sus labores no son necesarias. Esta percepción se da por no conocer específicamente las actividades y trabajos del patronato.
- Los medios por lo que conocen al Patronato es por amigos.
- Se tiene una mala percepción del Patronato Cuerpo de Bomberos ya que por la falta de información de la ONG las personas piensan que sus labores no son indispensables.

4.2 Análisis de encuestas.

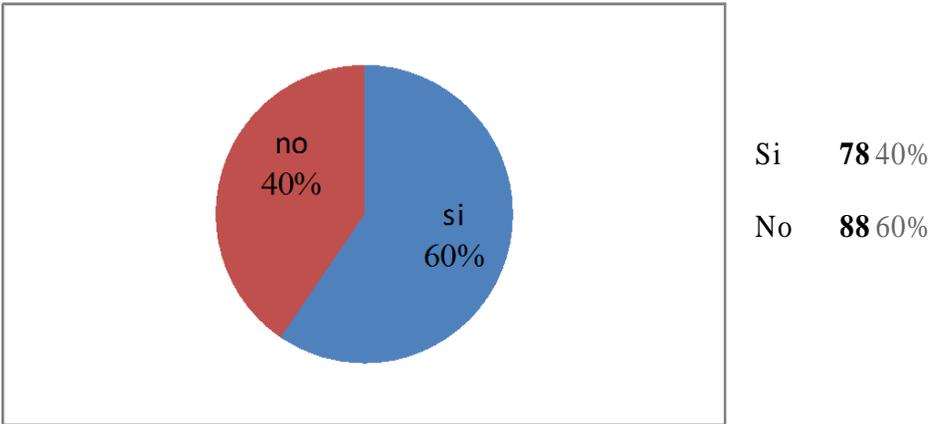
Figura 1



De los 166 encuestados, predominó más el género masculino con un 54.2% dejando en segundo lugar al género femenino con un 45.8%

¿Tiene usted conocimiento de las labores que realiza un bombero en El Salvador?

Figura 2



El 60% de las personas encuestadas no tienen una noción completa sobre las labores de los bomberos esto significa que el nivel de percepción de la importancia de las acciones de los bomberos es baja ya que no se conoce totalmente las funciones de los bomberos. El 40% de las personas encuestadas aseguraron que si conocen sobre las labores que realizan los bomberos.

¿Tiene algún familiar, amigo o conocido que forme parte del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador?

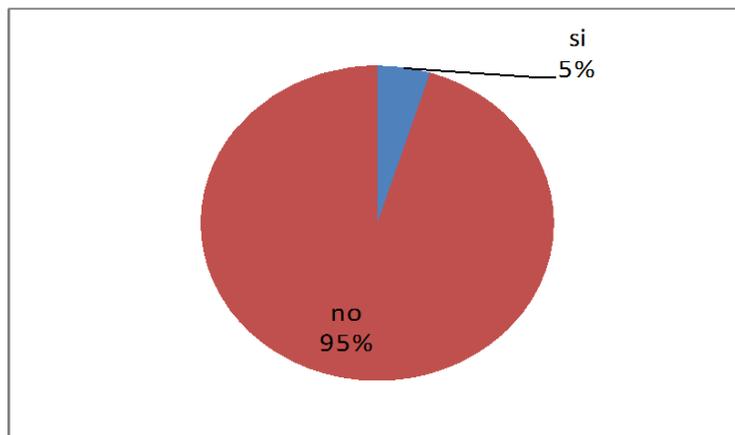


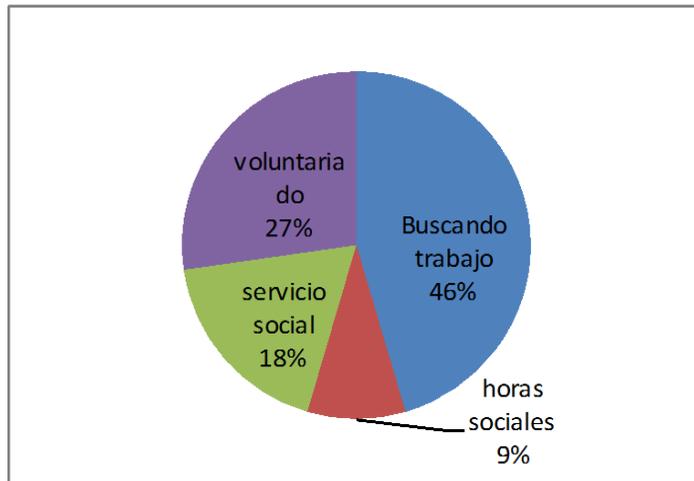
Figura 3

Si	8	5%
No	158	95%

El 95% de las personas encuestadas no tienen familiares que formen parte del Patronato Cuerpo de Bomberos, esto significa que el conocimiento de estas personas sobre la ONG puede ser poca o no le interés saber sobre esta ya que no tiene nada que los vincule. El 5% de los encuestados si tienen familiares que forman parte del Patronato Cuerpo de Bomberos, esto quiere decir que posiblemente tengan una noción más amplia sobre las labores e importancia de la ONG.

¿Cómo se involucró para formar parte del Cuerpo de Bomberos de El Salvador?

Figura 4

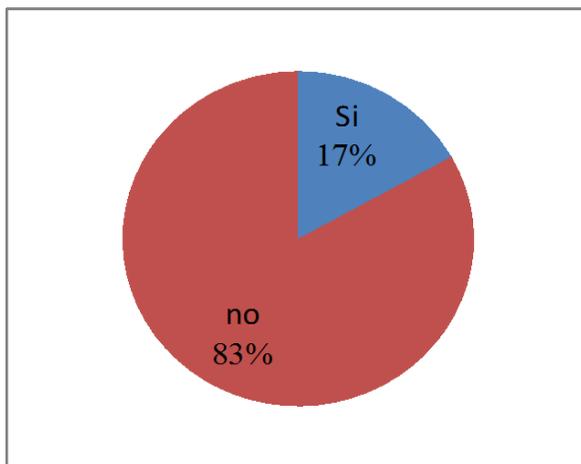


El 46% de las personas que contestaron que si tenían un familiar que formaba parte del Patronato Cuerpo de Bomberos, contestaron que su familiar se involucro con la ONG para buscar trabajo, el 27% contesto que se involucraron con el Patronato para ser voluntarios, el 18% contesto que su familiar busco ser parte del

Patronato para cumplir con un servicio social y el 9% para completar horas sociales.

¿Conoce usted al Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador?

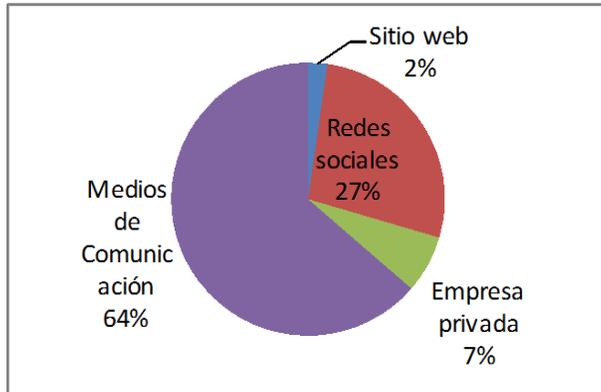
Figura 5



El 83% de las personas encuestadas contesto que no conocían la existencia del Patronato, esto significa que estas personas no saben la importancia ni el trabajo que hace el Patronato y no les interesaría formar parte de la ONG. El 17% contesto que si conocían la existencia del Patronato.

¿Por cuál medio usted se enteró del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador?

Figura 6

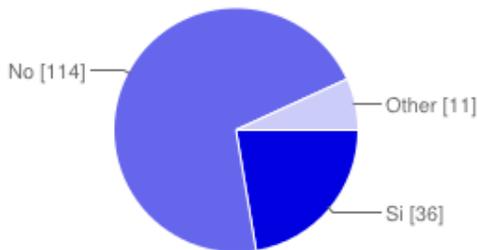


Las personas que contestaron anteriormente que si tenían conocimiento sobre la existencia del Patronato, contestaron que la conocieron por medio de medios de comunicaciones y en segundo lugar por redes sociales. Esto quiere decir que el principal medio por el que las personas se da cuenta de los trabajos y

existencia del Patronato es por medios de comunicación y por redes sociales.

¿Usted considera que el Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador se involucra con la ciudadanía?

Figura 7

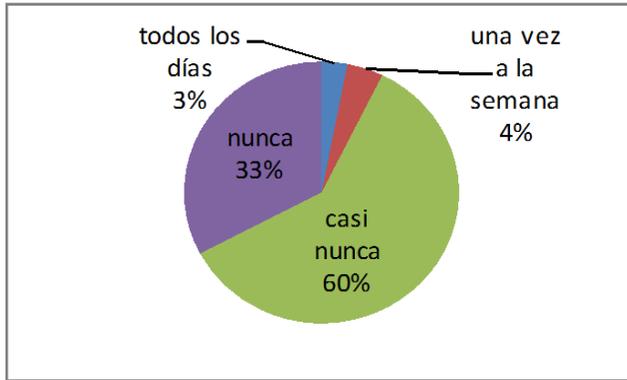


Si	36	21.7%
No	114	68.7%
Other	11	6.6%

Por medio de esta pregunta se quiso conocer si las personas que conocen al patronato piensan que si tienen buena comunicación con la ciudadanía, el 68.7% de las personas piensan que el Patronato no tiene una buena comunicación con el público. El 36% piensan que si tienen una buena comunicación con sus públicos exteriores.

¿Con qué frecuencia usted se entera de los trabajos que realiza el Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador ante cualquier problema o fenómeno natural?

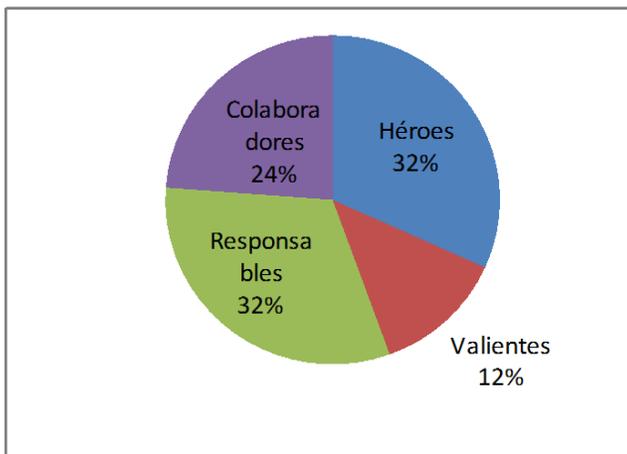
Figura 8



El 60% de las personas contestaron que casi nunca se enteran sobre las labores del Patronato, esto significa que la relevancia de la existencia de la ONG ante las personas puede ser baja. El 33% de las personas contestaron que nunca se enteran sobre los trabajos del Patronato.

Si describe al Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador con una palabra, ¿Cuál sería?

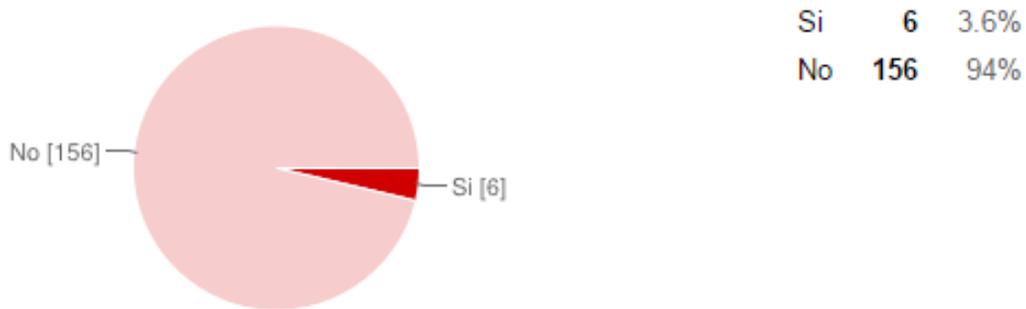
Figura 9



A pesar del poco conocimiento de las personas encuestadas describieron a los miembros del Patronato como Héroes en un 32%, el otro 32% los describió como responsables, el 24% como colaboradores y un 12% como valientes.

¿Usted sigue en Twitter o en Facebook al Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador?

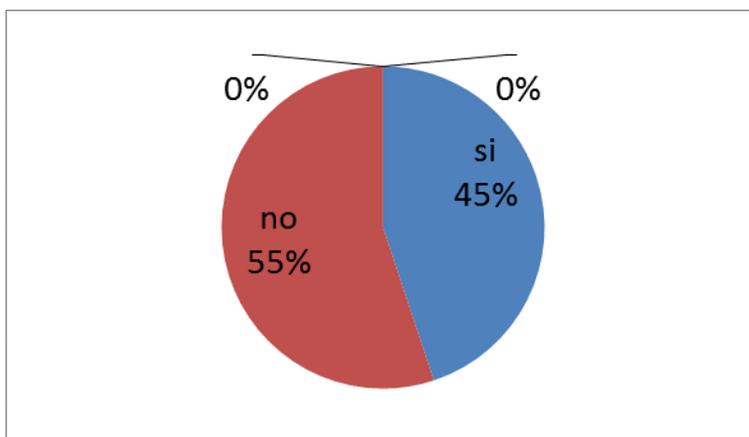
Figura 10



El 94% de las personas encuestadas no son seguidores del Patronato en sus perfiles sociales, esto significa que no se dan cuenta sobre las actividades que realizan ni sobre noticias importantes que se publican en el perfil de la ONG.

¿Considera usted que manejo de información que lanzan en sus cuentas sociales es considerable a lo que la población tiene que saber?

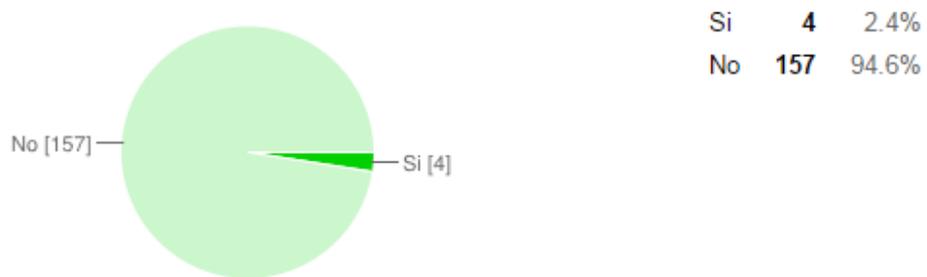
Figura 11



De las personas que contestaron que si son seguidores del Patronato en redes sociales, el 55% piensan que no utilizan adecuadamente la información que divulgan en sus redes sociales y el 45% piensa que si es adecuado el manejo que de sus perfiles sociales.

¿Se ha motivado usted para formar parte del voluntariado en el Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador?

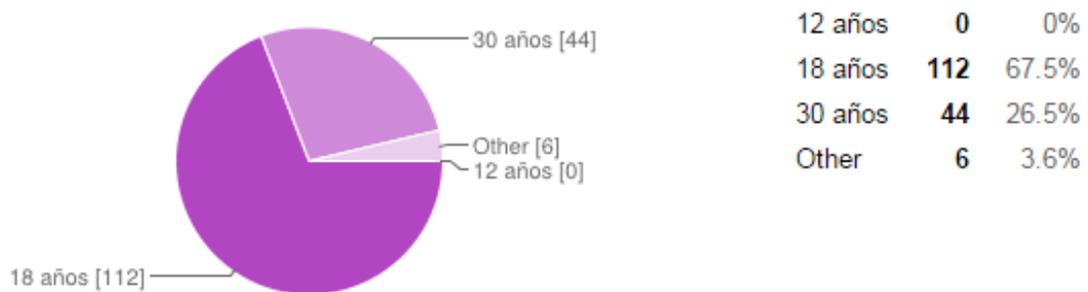
Figura 12



El 94.6% de las personas encuestadas no se muestran interesadas en formar parte del voluntariado del Patronato, esto se puede deber a varios factores y uno de los más grandes sería la falta de información sobre las labores y existencia del Patronato.

¿A qué edad un ciudadano puede ser parte del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador?

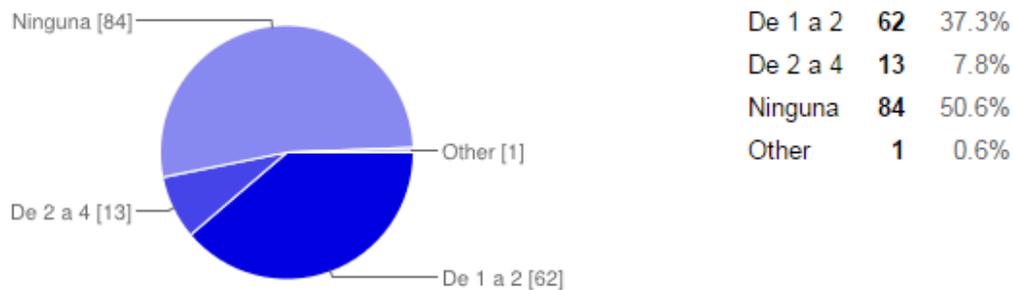
Figura 13



El 67.5% de las personas piensan que los 18 años es una edad adecuada para formar parte de un voluntariado. El 26.5% considera que la edad más adecuada son los 30 años.

¿Cuántas instituciones de bomberos conoce en El Salvador?

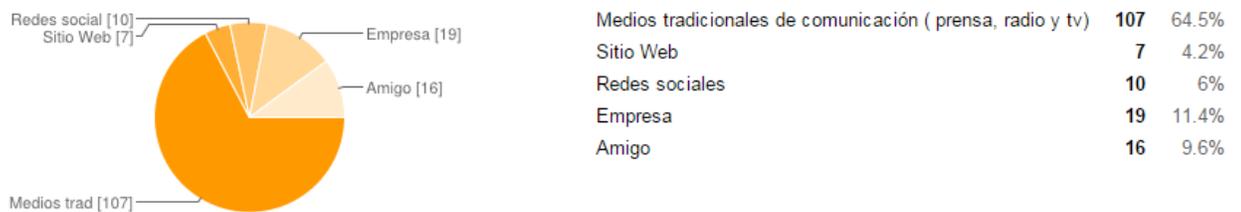
Figura 14



El 50.6%, de las personas encuestadas desconocen el número de bomberos o ONG que ayuden a la formación de estos mismos. La falta de comunicaciones con la sociedad afecta mucho el conocimiento de la existencia de este tipo de entidades en el país.

Si ya conocía al Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador ¿por cuál medio se enteró?

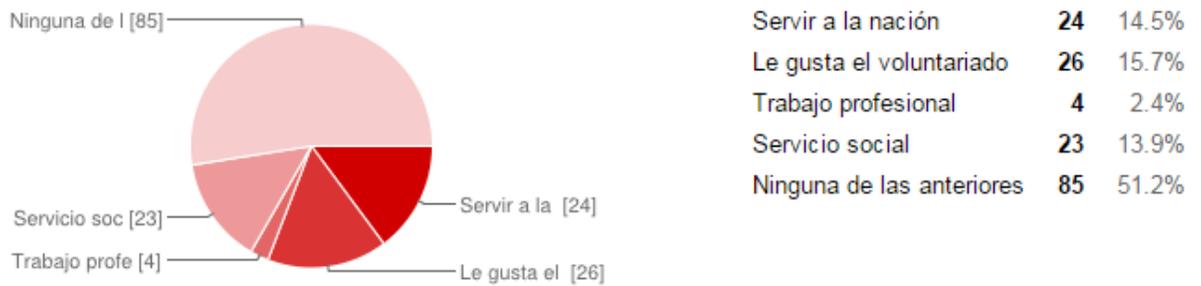
Figura 15



El 64.5% de personas que contestaron que si conocían el Patronato se enteraron de la existencia de este por medio de medio de comunicación tradicional, el 19% se entero por medio de las empresas en las que trabajan, el 16% se entero de la existencia de la ONG por medio de amigos.

¿Qué lo motivaría a formar parte del voluntariado en el Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador?

Figura 16



El 51.2% de las personas encuestadas no están interesadas en formar parte del voluntariado del Patronato, esto podría ser por la falta de información y de contacto con la ONG. El 15.7% si desea formar parte del voluntariado ya que le gusta el servir a los demás. El 14.5% de las personas contestaron que se involucrarían al voluntariado para servir a la nación y el 13.9% formaría parte del equipo del Patronado para conseguir horas sociales.

4.2.1 Análisis de encuestas.

Las encuestas demostraron que los jóvenes universitarios del área de Antiguo Cuscatlán y La Libertad tienen poco conocimiento de las existencias del Patronato Cuerpo de Bomberos ni las funciones específicas que cumple la ONG. El sistema que utilizan para dar a conocer sus labores y logros es ineficiente ya que no logran alcanzar su meta de darse a conocer como una parte importante para la formación profesional del bombero.

Por otra parte, las personas que conocen sobre la existencia del Patronato Cuerpo de Bomberos, no tienen claro las funciones específicas que cumple la ONG, y esto hace que los jóvenes no tengan claras las funciones del Patronato y piensen que no es relevante la existencia de esta organización. También se interpretó que por el poco conocimiento que se tiene de la ONG los jóvenes no se muestran interesados en formar parte del voluntariado del Patronato.

Los jóvenes universitarios se enteran más que todo de las labores del Patronato Cuerpo de Bomberos por medio de redes sociales en específico el perfil de Facebook, pero señalan que el uso de la herramienta no es la adecuada, no consideran que lo estén aprovechando al máximo.

La gente califica a los miembros del Patronato y los Bomberos, como héroes, personas con un alto nivel de solidaridad y con valores.

Los gerentes de Patronato Cuerpo de Bomberos están conscientes que el manejo de sus canales de comunicación interna y externa tienen deficiencias, esto se debe a la poca experiencia del manejo de los nuevos canales de comunicación y de un manual de relaciones públicas.

4.2.2 Análisis de la entrevista a profundidad

La entrevista a profundidad reveló que el principal problema del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador es la falta de notoriedad ante la sociedad salvadoreña. Esto por consecuencia afecta las labores de los miembros del patronato ya que su principal fuente de ingresos son las donaciones y el apoyo de los voluntarios, como las personas no los conocen no hacen donaciones y no apoyan sus labores.

Por otra parte, la identidad del Patronato se confunde con la del Cuerpo de Bomberos, ya que ambas son diferentes una trabaja estrictamente con órdenes del gobierno y la otra es una ONG. El gerente del Patronato Erick Portillo destacó que esta consiente que su departamento de comunicaciones y las acciones que tienen para dar a conocer sus labores no son las adecuadas, pero por la falta de recursos se les dificulta solucionar esa deficiencia.

4.2.3 Hallazgos

La investigación reveló que los medios por lo que los jóvenes universitarios se dan cuenta sobre las labores y existencia del Patronato son Medios de Comunicación y Redes Sociales, pero que el uso en específico de las redes sociales es deficiente, ya que no se da a conocer bien la información.

Por otra parte, los jóvenes por la falta de información en general de la ONG, hacen que no se interesen en formar parte del voluntariado del Patronato y que no deseen participar ni apoyar las causas de la ONG.

El Gerente General del Patronato Cuerpo de Bomberos el Lic. Erick Portillo, comentó que si están conscientes que el manejo de su departamento de comunicaciones tiene deficiencias, que han tratado de solventarlos, pero la falta del apoyo económico por parte del gobierno no los deja solventarlos. También nos comentaba Erick Portillo que desean que los jóvenes universitarios formen parte del voluntariado del Patronato para que los ayuden a levantar la identidad de la ONG. Todos los miembros del Patronato están de acuerdo que con la ayuda de jóvenes y de sus iniciativas pueden sacar adelante su misión, creen en el potencial de los jóvenes, pero su mayor problema es lograr que se interesen en formar parte del voluntariado y hacer que se interesen por sus actividades y labores.

En las entrevistas expresaron que no saben cómo atraer nuevos voluntarios y de qué manera dar a conocer sus labores en los canales de comunicación con los que cuentan.

Los Focus Group revelaron que los jóvenes no desean formar parte de su voluntariado por el poco conocimiento que se tiene de la ONG y que no conocen sobre los beneficios de ser voluntario del Patronato.

Capítulo V

Conclusiones y recomendaciones

5 Conclusiones y recomendaciones

5.1 Comprobación de hipótesis

Después de la formulación de los objetivos y la realización de la investigación por medio de las técnicas: Encuestas, entrevistas a profundidad y Focus Group, es indispensable efectuar la comprobación de las hipótesis planteadas y que nos conlleva a determinar el nivel de factibilidad y de las limitaciones que se pudieran presentar para la aplicación de este trabajo de investigación.

5.1.2 Hipótesis de trabajo

La falta de identidad del perfil del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador afecta el poder de atracción de nuevos voluntarios.

Se acepta partiendo de las interpretaciones por medio de las encuestas y focus groups, estas muestran que la falta de una identidad afecta de manera directa el poder de captación de nuevos voluntarios para el Patronato Cuerpo de Bomberos.

5.1.3 Hipótesis nula

La falta de identidad del perfil del Patronato cuerpo de bomberos de El Salvador no afecta el poder de atracción de nuevos voluntarios.

Se descarta partiendo de la información recolectada en las encuestas y focus groups, los jóvenes para incentivarse a formar parte de un voluntariado necesitan conocer las labores y actividades de dichas entidades para poder tomar la decisión de formar parte de algún voluntariado. La falta de identidad afecta directamente al poder de captación de nuevo voluntarios.

5.1.4 Hipótesis alternativa

El departamento de Comunicaciones del Patronato Cuerpo de Bomberos tiene dificultades para llevar a cabo sus labores.

Se acepta partiendo de la interpretación de las entrevistas a profundidad. El departamento de Comunicaciones del Patronato Cuerpo de Bomberos carece de capacitaciones para hacer uso de los medios alternativos como redes sociales, por otra parte, no cuentan con una persona

encargada de actualizar datos e información en el sitio web. No cuentan con un manual de relaciones públicas y el conocimiento que tienen sobre cómo llevar a cabo este tipo de herramientas comunicacionales es muy bajo.

5.2 Conclusión

A raíz de la investigación se concluye que:

- El Patronato Cuerpo de Bomberos no cuenta con personas capacitadas para manejar las nuevas herramientas de comunicación Online, dando como resultado una falta de coordinación en sus canales de comunicación con sus públicos externos.
- Para lograr una coordinación en el desarrollo de las tareas del departamento de comunicaciones del Patronato Cuerpo de Bomberos es necesario conocer los canales que ocupan más el público al que desean llegar para captar más voluntarios.
- La información que los jóvenes universitarios encuentran sobre el Patronato y sus labores es muy vaga por lo cual no se motivan para formar parte de la ONG, por consecuencia no comparten la filosofía de apoyar al cuerpo de bomberos.
- Dentro de la organización es necesario que exista un manual de relaciones públicas y comunicación interna que les sirva de guía para poder usar al máximo los recursos para dar a conocer sus trabajos, objetivos e actividades para captar más jóvenes voluntarios.
- Crear un departamento que se encargue de manejar las redes sociales y las relaciones públicas del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador.
- Después de realizar el análisis e interpretación de la investigación se concluye que la mayoría de las personas encuestadas no conocen las actividades, labores e importancia del Patronato Cuerpo de Bomberos, por ello los descartan como entidad para formar parte de voluntariados.

- Es importante poner en marcha un plan de comunicaciones para dar a conocer el Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador

5.3 Recomendaciones

A raíz de las conclusiones se recomienda que:

- Al contar con documentos y capacitaciones sobre el buen uso de las herramientas online para manejar sus canales de comunicación se logrará una coordinación de información en sus herramientas para captar voluntarios.
- Es importante conocer y manejar las nuevas herramientas de comunicación online, ya que es uno de los principales canales de información que tienen con su público objetivo que son los jóvenes universitarios, si se cuenta con un manual de tareas sobre el manejo de información que se publicara en sus diversos canales de comunicación Online, podrán comunicarse de una manera efectiva con su público objetivo.
- Se recomienda actualizar todos los portales Online con los que cuenta el Patronato Cuerpo de Bomberos, retroalimentar con información sobre sus trabajos, actividades y planes de voluntariado. De esta manera podrán dar a conocer su filosofía como ONG y que los jóvenes se sientan motivados para informarse o querer formar parte del Patronato.
- Se recomienda hacer uso del manual de relaciones públicas y plan de comunicaciones propuesto en esta tesis para poder hacer un mejor uso de sus recursos comunicacionales.

Al contar con una coordinación entre los trabajos del Patronato y sus canales de comunicación se unificarán criterios y se podrá construir una imagen institucional más estable que por ende ayudará a obtener más captación de voluntarios.

Plan de comunicación para el Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador

Introducción

Plan de comunicación

La siguiente propuesta de comunicación profesional para el Patronato Cuerpo de Bomberos, se basa en una serie de estrategias y guías que están regidas por los lineamientos que un plan de comunicación contiene para la realización y evaluación de su proceso para el posicionamiento de imagen del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador y propuesta de un manual de relaciones públicas.

Esta propuesta nace de los resultados obtenidos en la investigación mixta para saber el nivel de posicionamiento de imagen y al mismo tiempo de comunicación del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador en Antigua Cuscatlán y La Libertad.

El siguiente plan está elaborado para un año y junto con el proceso de evaluación de resultados obtenidos por cada objetivo y estrategia. Esta propuesta está alineada con los conocimientos de los pilares fundamentales que son: comunicación corporativa y relaciones públicas (públicos externos) para resolver el problema del manejo de comunicación del Patronato.

Puntos de partida

Ejes de acción de la comunicación

- Departamento de comunicaciones del Patronato Cuerpo de Bomberos
- Departamento de comunicaciones en el área de comunicación interna del Patronato
- Departamento de comunicaciones del Patronato en el área de comunicación externa y voluntariado
- Junta Directiva del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador

Explicación del problema de comunicación

El flujo de comunicación del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador es afectado por una mala administración de información y escasez de herramientas que sirven para tener una comunicación efectiva y segura, para sus públicos internos y externos. Como resultado, se ven afectados por no tener una identidad en la sociedad y reconocimiento por sus funciones.

El Patronato no se conoce mucho dado a que ellos son una ONG y El Cuerpo de Bomberos de El Salvador, es otra institución que dependen del gobierno, dando lugar a la confusión de su identidad y cuál es la labor que realizan diariamente. A pesar que tiene departamento de comunicaciones, no hay un manual que permita ser versátiles y ampliar su comunicación con sus stakeholders.

Como objetivos principales de una ONG es, incentivar al voluntariado como bomberos de El Salvador en el Patronato y ser reconocidos para tener recursos para la misma causa. El target al que se quieren dirigir es jóvenes y empresas privadas, pero para lograr esto, se deben de construir e implementar estrategias de comunicación de las cuales aún carecen. Como por ejemplo 7'ps (Personas, lugar, precio, promoción, procesos y posicionamiento), relaciones públicas, alianzas estratégicas y campañas publicitarias.

Mapeo Stakeholder - Jerarquización y segmentación

Perfil grupo meta: 1

Tabla 6

MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN DE PÚBLICOS		No 1	
nérico o sector	:	Jóvenes universitarios	
Público específico (institución o empresa)	:	De segundo ha quinto año de la universidad.	
Características			
-Les interesa apoyar causas -Crean el boca en boca más rápido -Expanden sus conocimientos con críticas constructivas -Tienen ingresos para poder donar o ser parte de un club -Crear en el futuro y una mejora de vida. - La seguridad es su prioridad			
Papel que juega el público		Nivel de conocimiento o relación actual	
-Por el momento ninguno.		-Desconocen el trabajo que realizan -No hay apoyo porque no tienen una imagen que les refuerce la existencia del Cuerpo de Bomberos.	
Intereses frente a la empresa, marca o institución			
-Protección			
¿De quiénes obtienen información?	Canales de comunicación que se han usado con este público	rioridad	Alta
-ningún medio	<ul style="list-style-type: none"> Ninguno. 		Media
			Baja
			X

Perfil grupo meta: 2

Tabla 7

MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN DE PÚBLICOS No2

Público genérico o sector	:	Empresas
Público específico (institución o empresa)	:	Empresarios del departamento de La Libertad

Características			
<p>-Son visionarios</p> <p>-Protegen a las empresas con buenas condiciones de infraestructuras</p> <p>-Se expanden dentro y fuera del país.</p> <p>-Invierten en causas para responsabilidad empresarial.</p> <p>-Les interesa la seguridad de los empleados.</p>			
Papel que juega el público	Nivel de conocimiento o relación actual		
-Recurren al servicio del Cuerpo de Bomberos.	-Cuentan con un manual de protección y seguridad en caso de accidentes e incendios incluyendo al Cuerpo de bomberos en su guía.		
Intereses frente a la empresa, marca o institución			
-Protección.			
¿De quiénes obtienen información?	Canales de comunicación que se han usado con este público	rioridad	Alta
-Comisión de primeros auxilios o emergencias de cada empresa	<ul style="list-style-type: none"> Contacto directo. 		Media
			Baja

Objetivos de Comunicación

Objetivo General:

Posicionar la imagen del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador para mejorar la comunicación con los jóvenes universitarios y empresas en el departamento de La Libertad.

Objetivos Específicos:

- Elaborar un plan de comunicaciones y estrategias para mejorar el proceso de comunicación interna del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador
- Proponer un manual de relaciones públicas para el Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador.
- Desarrollar la imagen del Patronato Cuerpo de Bomberos en redes sociales para captar jóvenes voluntarios.

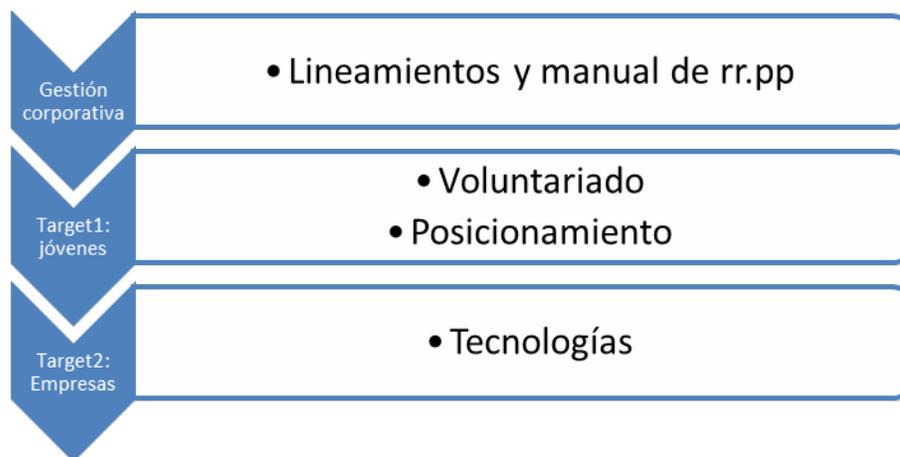
Plan de comunicación para el Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador

Las siguientes estrategias se han realizado de acuerdo a las necesidades que tiene el departamento de comunicaciones del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador, en cuanto al posicionamiento y percepción de la imagen de la ONG.

Es necesario que se le dé continuidad a las estrategias desarrolladas con una evaluación por etapa para conocer los resultados y el nivel de respuesta de cada uno de los objetivos.

Se desarrollaron estrategias como: posicionamiento de imagen, atracción de voluntariados, relaciones públicas y alianzas estratégicas.

El pilar de una buena imagen corporativa hace que una institución o empresa sea reconocida por el trabajo que se desempeña, además esta estrategia de comunicación interna debe implementarse para fortalecer las relaciones en todos los niveles de la ONG y para promover con mayor eficacia el uso y adopción de las nuevas tecnologías en la comunicación. Es por ello que se desarrollo un plan de comunicación interna y otro para el público externo.



Lineamientos estratégicos para la comunicación corporativa

Bajo este lineamiento se pretende mejorar la comunicación interna del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador integrando los elementos de comunicación como: efectividad, continuidad y estrategia, y poder alcanzar el objetivo de posicionamiento.

Estrategias y tácticas por objetivos

Objetivo 1

Planear una estrategia para mejorar el proceso de comunicación interna del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador

Estrategia 1

Fomentar la comunicación entre los miembros del Patronato Cuerpo de Bomberos por medio de canales de comunicación internos.

Táctica uno

Elaboración de boletines informativos sobre actividades internas para los miembros del Patronato Cuerpo de Bomberos.

Actividades

Crear una cadena de mensajes internos para los miembros del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador, los cuales informen sobre los acontecimientos y actividades que involucren a la ONG.

- El departamento de comunicaciones del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador estará encargado de recolectar información para elaborar los boletines.
- Se delegará la función de envío de correos a la persona que el equipo de comunicación designe.
- Se buscará el apoyo de los líderes de las unidades para concientizar al resto del personal en la lectura de los boletines.
- Se enviará el correo el primer día hábil de cada mes.
- Colocar un mural de actividades que este a la vista de todos los miembros del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador

Matriz de mensaje:

Tabla 8

Público	Mensaje	Fundamento del mensaje	Medios de transmisión o Dispositivos de comunicación
Miembros del Patronato Cuerpo de Bomberos.	“Aprendamos a colaborar” Tú eres el detalle más importante, mientras más informados estemos más fuertes nos volvemos.	<p>El mensaje va dirigido para crear conciencia entre los miembros del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador para:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Que se involucren más en actividades del Patronato. -Se informen sobre temas que involucren al Patronato -Sirva de herramienta de monitoreo de percepción interna de los mismos miembros sobre el Patronato 	<ul style="list-style-type: none"> -Correo Electrónico del personal. -Redes sociales. -Boletines vía correo electrónico. -Pizarrones interactivos -Afiches informativos

Evaluación de la táctica uno

Tabla 9

Indicadores	Fuente de verificación	Meta	Fecha
-Atención a las actividades del Patronato de parte de los empleados	Primer vocal del Comité de comunicaciones: Respuesta de recibido a los correos y Convocar a reunión.	Tener una práctica más formal al momento de dar información.	01 de julio al 31 de agosto.
-Creación del boletín informativo	Primer vocal del Comité de comunicaciones: Que toda la información sea verídica con las actividades.	Crear canales informativos formales y creativos para el personal del Patronato mensualmente.	15 de julio al 31 de agosto.
-Sincronización de las actividades por los miembros del Patronato.	Calendarizar las actividades por departamento y solicitudes de ellas.	Crear una concentración en cada actividad con: calendarios, reuniones y formularios de solicitud de información.	15 de julio al 31 de agosto.

Figura 17

Visualización de la táctica 1

Boletín informativo del Patronato Cuerpo de Bomberos

Boletín informativo del Patronato Cuerpo de Bomberos

 **Reunión sobre el buen manejo de las relaciones publicas del Patronato.**

Recuerden que el lunes 29 junio se llevara a cabo la reunión con la junta directiva del Patronato Cuerpo de Bomberos en la cual se trataran los temas:

- Buen manejo de las redes sociales para el Patronato.
- Plan de comunicación interna para el Patronato

 **Mañana de alergia**

El sábado 4 de Julio se llevara a cabo la mañana de alegría donde podrán disfrutar de un almuerzo para convivir más con los compañeros del Patronato.

Actividad única para miembros y familiares del Patronato Cuerpo de Bomberos y voluntarios.

 **Tu like es importante**

Recuerda darle like a las publicaciones del Patronato Cuerpo de Bomberos y Compartir información. Juntos podemos dar a conocer nuestra gran obra.



Táctica dos

Destacar la importancia sobre la existencia del Patronato Cuerpo de Bomberos y la importancia de cada uno de los voluntarios y miembros de la misma.

Actividades

- Diseñar afiches que hablen sobre los valores y objetivos de la ONG.
- Definir el espacio adecuado para colocar los afiches en donde todos los miembros del Patronato lo puedan ver.

Matriz de mensaje

Tabla 10

Público	Mensaje	Fundamento del mensaje	Medios de transmisión o Dispositivos de comunicación
Miembros del Patronato Cuerpo de Bomberos	Con tu ayuda podemos seguir fomentando el desarrollo profesional de todos los bomberos del país.	Fomentar el amor por el trabajo, ya que si aman su profesión de bomberos y voluntarios están ayudando a crecer la ONG. Presentar de manera impresa la visión, misión y filosofía de la ONG.	Afiches impresos.
Miembros del Patronato Cuerpo de Bomberos	Gracias a tu apoyo estamos ayudando al desarrollo	Este mensaje apela al sentimiento, motivando a los	Afiches impresos

	<p>técnico y profesional de todos los bomberos de El Salvador.</p>	<p>voluntarios a seguir trabajando ya que su ayuda es valiosa. Darle valor agregado a la profesión del Bombero y del voluntario.</p>	
--	--	--	--

Tabla 11

Evaluación de la táctica dos

Indicadores	Fuente de verificación	Meta	Fecha
Motivación personal de los voluntarios del Patronato.	Cuarto vocal del Comité de comunicaciones: Erick Portillo -Asistentes a la reunión de personal	Que sepan la importancia del voluntariado en el Patronato.	1 de septiembre al 23 de diciembre
Impacto del mensaje en sus labores diarias.	Cuarto vocal del Comité de comunicaciones: Erick Portillo Entrevista o cuestionarios por correos. Ver ejemplo de formato.	Deseos de seguir colaborando en el Patronato. (identificación)	1 de septiembre al 23 de diciembre

Ejemplo del Formato de cuestionario o entrevista:

El siguiente cuestionario es para saber y evaluar las funciones que se realizan en el Patronato de acuerdo a sus objetivos. Recordar que esta información es confidencial.

Encerrar en círculo su respuesta marcar con una X

Género: F_ M_

1- Tiempo de colaborar con el Patronato:

- a) Un mes
- b) Un año
- c) Dos años
- d) Más de 5 años

2- ¿Qué lo motivo a ser parte del voluntariado del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador?

- a) Tener experiencia en su rama profesional
- b) Ayudar a la comunidad
- c) Servir a la nación
- d) Tener un canal para saltar a otro trabajo

3- El siguiente mensaje le hizo pensar en: **“Con tu ayuda podemos seguir fomentando el desarrollo profesional de todos los bomberos del país.”**

- a) Seguir colaborando
- b) Se desanimó
- c) Quiso llorar
- d) Le informo a otras personas que sean voluntarias

4- ¿Qué siente ser parte del Patronato?

- a) Orgullo
- b) Mejor ciudadano
- c) Desánimos

d) Nada de las anteriores

5- ¿Qué piensa del bombero del Patronato?

a) Son héroes

b) Buenos en lo que hacen

c) Necesitan mejorar

d) Necesitan guía

e) De su respuesta _____ -

6- ¿Cuánto tiempo quiere seguir formar parte del Patronato?

a) 1 mes más

b) 1 año más

c) Tiempo indefinido

d) Ya me quiero salir

Gracias por su tiempo, los resultados de esta encuesta serán para ir mejorando aspectos del Patronato y tener un mejor grupo.

Figura 18

Visualización de la táctica 2

Afiche interno del Patronato Cuerpo de Bomberos para agradecer las labores de los voluntarios y miembros de la ONG.



Figura 19

Visualización de la táctica 2

Afiche interno del Patronato Cuerpo de Bomberos para visualizar los valores de la ONG.

The poster features a central white box with the text "4 VALORES" at the top. Below this, the four values are listed: JUSTICIA, VALOR, COMPROMISO, and SOLIDARIDAD. Each value is accompanied by an icon: a scale of justice for JUSTICIA, a fire truck for VALOR, two hands shaking for COMPROMISO, and a heart for SOLIDARIDAD. Arrows point from each icon to a text box explaining its meaning. At the bottom, there is a paragraph in Spanish, the logo of the Patronato Cuerpo de Bomberos El Salvador, and the hashtag #buscamosUnHéroe.

4 VALORES

JUSTICIA
Balanza, representa la igualdad entre compañeros.

VALOR
Coche de bombero, representa el valor de su

COMPROMISO
Manos, representa la solidaridad con las personas.

SOLIDARIDAD
Corazón, representa el amor por el voluntariado y a la profesión.

Los miembros que conforman el Patronato compartimos una serie de valores que nos identifican como miembros activos de la organización y nos ayudan a avanzar para alcanzar la misión que nos hemos propuesto

PATRONATO CUERPO DE BOMBEROS EL SALVADOR

#buscamosUnHéroe

Táctica tres

Mejorar la imagen de la Fan page del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador y mejorar el intercambio de información entre sus fans.

Actividades

- Cambiar cover foto por temporadas y crear una línea gráfica para las publicaciones de las redes sociales del Patronato.
- Se pretende tener mayor alcance con nuestro target que son: empresas y jóvenes universitarios.
- Tener engagement con la audiencia y que los fans se involucren más con la ONG y poder generar interacción.

Tabla 12

Matriz de mensajes:

Público	Mensaje	Fundamento del mensaje	Medios de transmisión o Dispositivos de comunicación
<p>Jóvenes universitarios del área de Antigua Cuscatlán y La Libertad.</p>	<p>Forma parte del voluntariado del Patronato Cuerpo de Bomberos y apoya su desarrollo profesional.</p>	<p>Incentivar a los jóvenes a conocer sobre el Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador. -Motivar a los jóvenes universitarios a desear ser parte del voluntariado del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador.</p>	<p>Facebook del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador.</p>
<p>Jóvenes universitarios del área de Antigua Cuscatlán y La Libertad.</p>	<p>Ser voluntario del Patronato te puede impulsar en tu carrera profesional. Únete a nosotros</p>	<p>El mensaje está dirigido a los jóvenes universitarios que desean completar sus horas sociales o desarrollar carreras extracurriculares, para ser aceptados en universidades extranjeras.</p>	<p>Facebook del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador.</p>

Tabla 13

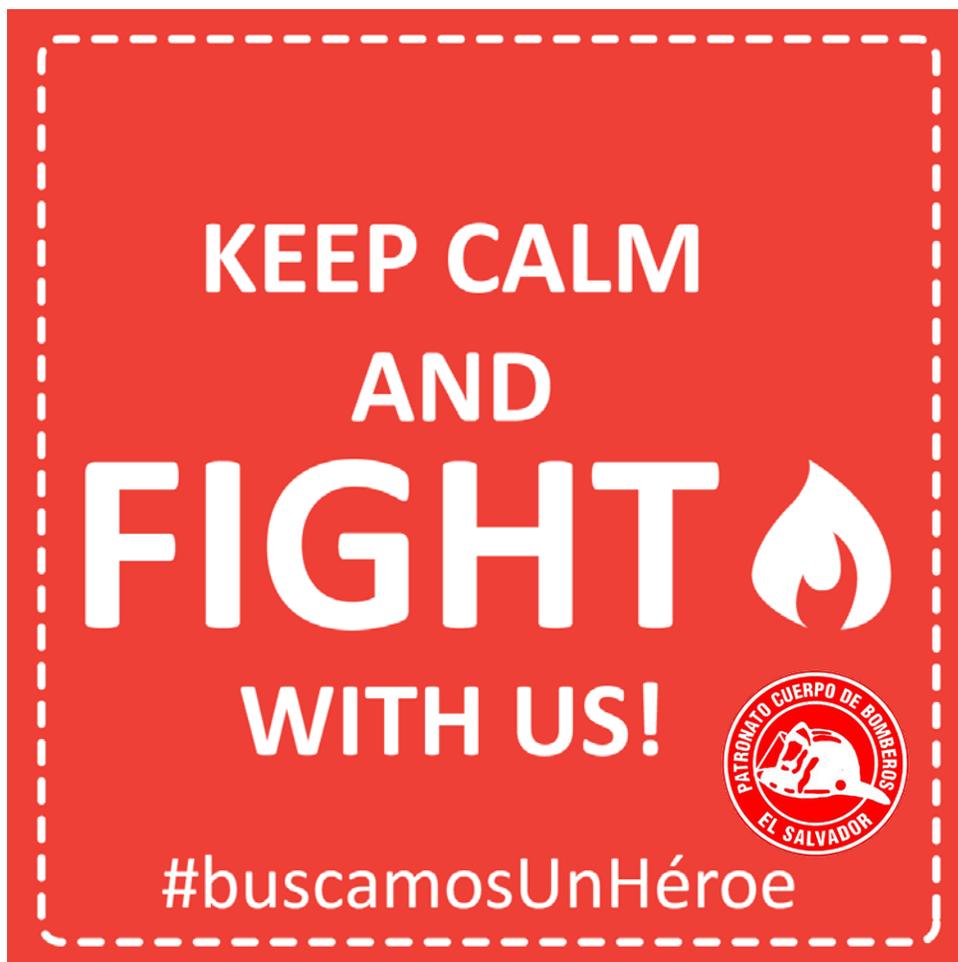
Evaluación de la táctica tres

Indicadores	Fuente de verificación	Meta	Fecha
Solicitud de voluntariado en las áreas indicadas para el Patronato.	Comité de Comunicaciones del Patronato.	Contar con 5 nuevos voluntarios por quincena durante 5 meses.	Enero 01 2016- mayo 31 2016.
Crecimiento de fans	Comité de Comunicaciones del Patronato. Insights de Facebook. Nivel de engagement: like, comments and share	100 fans orgánicos por quincena. □	Enero 01 2016- mayo 31 2016.

Figura 20

Visualización de la táctica 3

Arte para Facebook para incentivar el voluntariado del Patronato Cuerpo de Bomberos.



Figuras 21

Cover foto para facebook del Patronato Cuerpo de Bomberos



Figura 22

Cover foto para facebook del Patronato Cuerpo de Bomberos



Objetivo 1

Planear una estrategia para mejorar el proceso de comunicación interna del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador

Estrategia dos

Definir a la persona que evaluara el proceso de comunicación interna en El Patronato Cuerpo de Bomberos

Táctica uno

Los directores del Patronato Cuerpo de Bomberos seleccionaran a tres candidatos para ocupar el puesto de evaluador de procesos comunicacionales.

Actividades

Cada seis meses se elegirá a un coordinador de evaluación de procesos comunicacionales, el cual estará encargado de velar por el buen funcionamiento del flujo de información interno del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador.

- La persona encargada de evaluar la comunicación interna del Patronato Cuerpo de Bomberos, tendrá la tarea de ver el buen funcionamiento de las herramientas interna de comunicación.
- Creará planes internos de comunicación para mejorar e innovar la comunicación interna de la ONG.

Tabla 14

Matriz de mensajes:

Público	Mensaje	Fundamento del mensaje	Medios de transmisión o Dispositivos de comunicación
<p>Miembros del departamento de comunicaciones del Patronato Cuerpo de Bomberos.</p>	<p>“Elección de la cabeza de nuestro equipo” Esta es tu oportunidad de ser el vocero de nuestra gran labor.</p>	<p>Se quiere elegir la persona indicada para evaluar la implementación de canales comunicacionales internos del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador, esta debe ser leal a la causa, ordenada, tener espíritu de líder, y sobre todo llevarse bien con todos.</p>	<p>-Correo Electrónico del personal -Boletines informativos. -Evaluaciones</p>

Tabla 15

Evaluación de la táctica uno:

Indicadores	Fuente de verificación	Meta	Fecha
Solicitud de voluntariado en las áreas indicadas para el Patronato.	Comité de Comunicaciones del Patronato.	Contar con 5 nuevos voluntarios por quincena durante 5 meses.	Enero 01 2016- mayo 31 2016.
Crecimiento de fans	Administrador de la cuenta (community manager) Insights de Facebook. Nivel de engagement: like, comments and share	100 fans orgánicos por quincena.	Enero 01 2016- mayo 31 2016.

Objetivo 1

Planear una estrategia para mejorar el proceso de comunicación interna del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador

Estrategia 3

Atraer jóvenes voluntarios para formar parte del departamento de comunicaciones y desarrollo web, para apoyar las labores en el mismo.

Táctica uno

El jefe del departamento de Comunicaciones del Patronato Cuerpo de Bomberos será el encargado de crear un grupo creativo para diseñar las líneas graficas de la ONG.

- Atraer voluntarios para el área de comunicaciones del Patronato Cuerpo de Bomberos por medio de convocatorias en universidades y los medios sociales del Patronato.
- Establecer un manual de marca para los distintos canales de comunicación del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador. Ver imágenes anexas.

Tabla 16

Matriz de mensajes:

Público	Mensaje	Fundamento del mensaje	Medios de transmisión o Dispositivos de comunicación
Jóvenes universitarios de la zona de Antiguo Cuscatlán y La Libertad	“Forma parte del equipo de héroes del Patronato” tu diseño puede ayudar a salvar vidas.	Se quiere atraer a los jóvenes voluntarios por medio de un mensaje que le de esa satisfacción de ser alguien que ayuda a los más débiles. Fomentar ese deseo de ser alguien que se interesa por la sociedad.	-Afiches en universidades. -Publicaciones en redes sociales

Tabla 17

Evaluación de la táctica uno

Indicadores	Fuente de verificación	Meta	Fecha
Solicitud de voluntarios para el Patronato de jóvenes	Comité de Comunicaciones del Patronato. Correo electrónico.	10 solicitudes por semana. (reunir 130 solicitudes)	01 de enero al 31 de marzo de 2016

Figura 23

Visualización de la táctica 1

Atraer jóvenes voluntarios para formar parte del departamento de comunicaciones y desarrollo web del Patronato Cuerpo de Bomberos

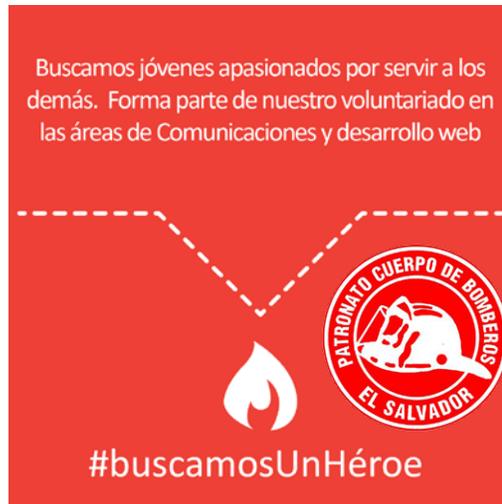


Figura 24

Visualización de la táctica 1



Objetivo 2

Proponer un Manual de Relaciones Públicas para el Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador.

Estrategia 1

Elaborar un Manual de Relaciones Públicas para tener una comunicación efectiva y acertada; con usuarios y Medios de Comunicación

Táctica uno

Elaboración del Manual de Relaciones Públicas con el comité de comunicaciones, para aceptación de los gerentes de dicho departamento.

Actividades

El encargado del comité de comunicaciones del Patronato, enviará un mensaje a toda la junta directiva y voluntarios para convocarlos a una reunión general y explicar y detallar las funciones del Manual, las funciones del comité y sus resultados.

Encargado de comité de comunicaciones:

- Vocal 4 Lic. Erick Portillo

Elementos del comité de comunicaciones:

- Lic Carlos Regalado (sindico)
- Licda. Mónica Henríquez (vocal 2)
- Lic. Mauricio Ulloa (vocal 1)

Responsabilidades:

- Encargados de elaborar, planificar y comunicar proyectos de comunicaciones y relaciones directos con los Medios de Comunicación.
- Reclutar personal para sus elaboraciones de planes: diseñador gráfico, comunicadores, creativos y programador.
- Evaluar el Manual.
- Tener acceso a la información de actividades mensuales del Patronato.
- Elaborar boletines y piezas gráficas de anuncios internos.
- Elaboración de campañas.

Tabla 18

Matriz de mensaje:

Público	Mensaje	Fundamento del mensaje	Medios de transmisión o Dispositivos de comunicación
<p>Miembros del Patronato Cuerpo de Bomberos.</p>	<p>El comité de comunicaciones del Patronato, te invita a la reunión en el salón principal del edificio para el Lanzamiento de Manual de Relaciones Públicas para el mejoramiento de imagen y posicionamiento del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador.</p> <p>Recuerda que una buena imagen, se debe comenzar por dentro.</p>	<p>Avisar a todo el personal del Patronato de tener una reunión con fines informativos para mejorar trabajos internos y urgentes.</p>	<p>Correo electrónico.</p>
<p>Miembros del Patronato Cuerpo de Bomberos.</p>	<p>Posicionémonos trabajando juntos. Trae tus mejores propuestas para tener buenas ideas en busca del mejoramiento de imagen.</p>	<p>Campaña interna del Patronato un mes antes del lanzamiento.</p>	<p>Afiches.</p>

Tabla 19

Evaluación de táctica uno

Indicadores	Fuente de verificación	Meta	Fecha
Número de propuestas para el mejoramiento de imagen del Patronato por el personal	Encargado: Licda. Mónica Henríquez. Listado de participantes de la reunión con nombres de empleados y creación del comité.	Involucrar 3 nuevos miembros al comité de comunicaciones.	Febrero 02 30/2016.
Cobertura de medios	Encargado: Licda. Mónica Henríquez. Base de datos de los medios interesados en las actividades el Patronato.	Tener primera conferencia de prensa en el Patronato con 7 medios de comunicación.	Febrero 03 a Abril 30 conferencia/ 2016.

Ver Manual de Relaciones Públicas para el Patronato en anexo 6

Figura 25

Visualización de la táctica 1

Correo para convocar a todos los miembros del Patronato Cuerpo de Bomberos para asistir a la presentación del Manual de RRPP del Patronato

Convocatoria para presentación de Manual de Relaciones Públicas

Administración Patronatocbes <administracion@patronatocbes.org>

0

Nos complace comunicarles que ya contamos con un manual de relaciones públicas para el Patronato Cuerpo de Bomberos, por ello se llevará a cabo una reunión para explicar:

- Presentación formal del manual
- Explicar y detallar las funciones del manual de relaciones públicas.
- Detallar las funciones de cada uno de los miembros dentro del manual de relaciones públicas.

La asistencia a la reunión es obligatoria. Favor informar de recibido.

Saludos



Administración

Patronato Cuerpo de Bomberos El Salvador

Tlf: **25560776**

administracion@patronatocbes.org · patronatocbes.org

Táctica dos

Programar capacitaciones al personal del Patronato, para tener buenas relaciones interpersonales y poner en práctica el manual.

Actividades

Las capacitaciones comprenden de un enfoque de orientación para que el personal se familiarice con los lineamientos a seguir al momento de aplicar de forma práctica el manual.

Temas

Definición de relaciones interpersonales

- a) Procesos fundamentales que impactan las Relaciones Públicas
- b) Características de las Relaciones interpersonales saludables
- c) Como mejorar las relaciones interpersonales.

Trabajo en equipo

- a) Definición de trabajo en equipo
- b) Diferencia entre grupo y equipo
- c) Por qué fallan los equipos
- d) Cómo aprender a trabajar en equipo

Opinión Pública

- a) ¿Qué es la opinión pública?
- b) ¿Para qué sirve la opinión pública?
- c) Sujetos intervinientes en la opinión pública.

Imagen institucional

- a) ¿Qué es la imagen institucional?
- b) Tipos de imagen
- c) ¿Qué es la imagen?
- d) ¿Cómo se crea la imagen?

Perfil de capacitador:

El Patronato deberá contar un personal capacitado y multidisciplinario para poder capacitar al personal y al comité de Relaciones Públicas y posicionamiento de imagen.

Tabla 20

Primer Grupo

Hora y día	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
8:00 am-9:45am		Relaciones interpersonales		Relaciones interpersonales	
9:45am-10:45 am	Trabajo en equipo				Trabajo en equipo
10:45 am – 11:45 am					
11:45 am: 12:45pm			Trabajo en equipo		Relaciones interpersonales

Tabla 21

Segundo equipo

Hora y día	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
8:00 am-9:45am	Imagen institucional		Imagen institucional		Imagen institucional
9:45am-10:45 am					
10:45 am – 11:45 am		Opinión pública		Opinión pública	
11:45 am: 12:45pm					Opinión pública

Horas impartidas por capacitación

- Horas: 40 horas
- Horas teóricas: 25 horas
- Horas prácticas: 15 horas
- Duración: un mes

Tabla 22

Evaluación de táctica:

Indicadores	Fuente de verificación	Meta	Fecha
<p>Capacidad para crear estrategias de relaciones públicas.</p>	<p>Presidente del Patronato: Ing. Bogdan López.</p> <p>Casos prácticos de implementación del manual.</p> <p>Modelos de ejercicios prácticos:</p> <p>-Enviar mensajes de por correo electrónico de actividades a los encargados del comité y el Patronato sobre próximas fechas de eventos. (capacitaciones, donaciones)</p> <p>-Actividad: que sepan tomar el orden</p>	<p>Que los 7 colaboradores del Comité de Comunicaciones tengan la capacidad de elaborar planes estratégicos, planes de comunicación y estrategias de relaciones públicas.</p>	<p>01 de Abril</p>

	<p>que dicta el Manual a la hora de solicitar información por departamentos.</p> <p>-Duración: Toda la mañana de 8:00 am (envío del correo de aviso) 12pm finalización.</p>		
<p>Capacidad para comunicarse con los medios</p>	<p>Prueba a todos los voluntarios del Patronato con entrevistas. Modelo de práctica:</p> <p>-El comité de comunicaciones simulará ser algunos medios y vocero de comunicación-</p> <p>Duración: Doble jornada: grupo de la mañana y tarde.</p> <p>-Casos: rescates de incendios.</p> <p>Inundaciones y donaciones.</p> <p>Encargados: Comité de comunicaciones.</p>	<p>Saber a desenvolverse con los demás y medios de comunicación.</p>	<p>30 de Abril.</p>

Táctica tres:

Utilizar el Manual de Relaciones Públicas del Patronato, en universidades para lanzar la campaña.

Se trata de hacer un convenio con las universidades que deseen tener presencia en la calificación de sus alumnos con las carreras en: diseño gráfico, comunicaciones, publicidad, relaciones públicas y periodismo. De esta forma se realizará un evento en donde los universitarios se informen más del trabajo de del Patronato Cuerpo de Bomberos y tener un brief para poder realizar un mural o lienzo que demuestre las funciones de los bomberos.

Actividad: Reunir a los directores de cada departamento para designar e indicar el cargo del proceso del comunicado de prensa para lanzar la campaña

Responsables:

- **Presidente:** Ing. Bogdan R. López
- **Vice-Presidente:** Ing. Julio Escobar Monroy

Encargado de comité de comunicaciones:

- Vocal 4 Lic. Erick Portillo

Elementos del comité de comunicaciones

- Lic Carlos Regalado (sindico)
- Licda. Mónica Henríquez (vocal 2)
- Lic. Mauricio Ulloa (vocal 1)

Temas para la preparación de la actividad:

-Concepto de la campaña: “La identidad del Bombero Salvadoreño”

-Mensajes de campaña: Comité de comunicaciones.

-Encargado de Convocatoria de medios: Vocal 4 Lic. Erick Portillo

-Encargado de Comunicado de prensa: Vocal 2 Licda. Mónica Henríquez

-Encargado de comunicación con las universidades: Vocal 4 Lic. Erick Portillo y Vocal 2 Licda. Mónica Henríquez

-Encargado de presentar propuesta para patrocinadores:

- ✓ Vocal 4 Lic. Erick Portillo
- ✓ Vocal 2 Licda. Mónica Henríquez
- ✓ Lic. Mauricio Ulloa (vocal 1)

Canal: Jefes administrativos de cada universidad:

Universidades:

- ✓ Universidad Doctor José Matías Delgado
- ✓ Universidad Mónica Herrera
- ✓ Universidad José Simeón Cañas UCA

Patrocinadores:

Unicomer -Color en línea- Red Bull

Tabla 23

Matriz de mensajes:

Público	Mensaje	Fundamento del mensaje	Medios de transmisión o Dispositivos de comunicación
Jóvenes universitarios y catedráticos	Esta es tú oportunidad para demostrar tú talento. Buscamos	Incentivar a los, comenzando por los catedráticos a que les informen a los	Afiches en universidades y convocatoria de ellas.

	<p>promover nuestras funciones para lanzarlas a la sociedad y que sepan lo que hacemos. Es por eso que buscamos jóvenes para participar entre las universidades en realizar una línea gráfica de identidad con las labores que realizamos a diario. Inscríbete en el siguiente correo:</p>	<p>jóvenes a que participen y saquen todo su talento en comunicación gráfica para tener identidad visual de las funciones que hace el bombero salvadoreño.</p>	
<p>Jóvenes universitarios y catedráticos.</p>	<p>Participa en nuestro concurso de diseño para que tu talento quede como imagen de nuestra ONG</p>	<p>Invitar a participar a los jóvenes universitarios a demostrar su talento.</p>	<p>Afiches en universidades y convocatoria de ellas.</p>

Figura 26

Visualización de la táctica 3

Afiches para promocionar la campaña “La identidad del Bombero Salvadoreño”

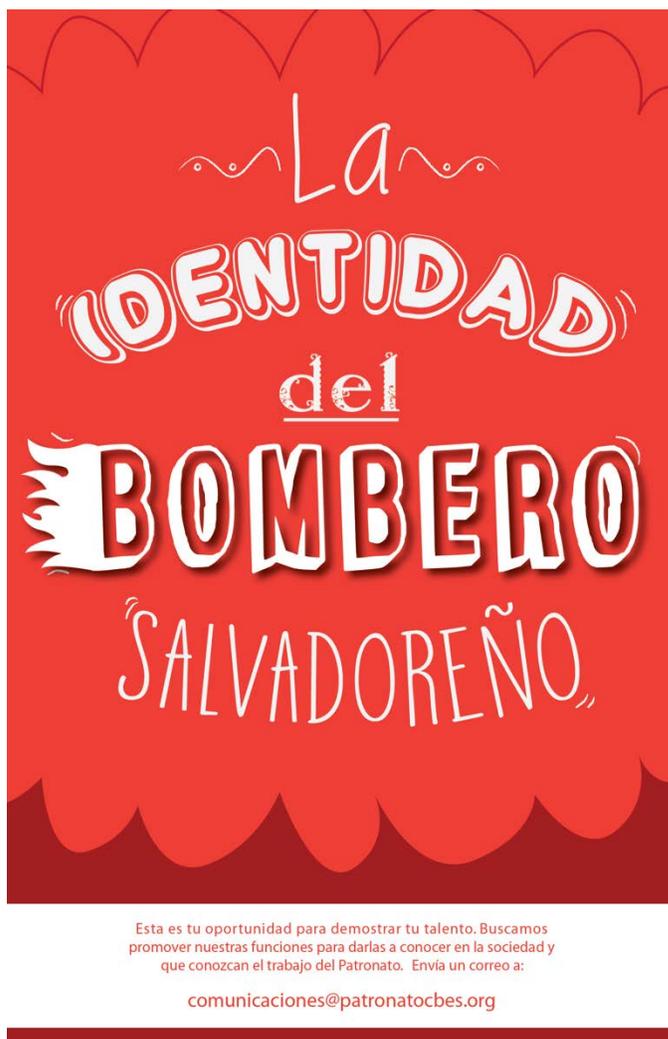


Figura 27

Afiches para promocionar la campaña “La identidad del Bombero Salvadoreño”



The poster features a white background with a red border and a red scalloped top and bottom. The text is arranged as follows:

- “La” in a red cursive font at the top.
- “(IDENTIDAD)” in large, red, outlined, block letters below it.
- “del” in a smaller red cursive font, underlined.
- “BOMBERO” in large, red, outlined, block letters with a flame-like graphic on the left side.
- “SALVADOREÑO,” in red cursive font at the bottom of the text.

Below the text is a circular logo for the Patronato Cuerpo de Bomberos El Salvador, featuring a fire truck and the text “PATRONATO CUERPO DE BOMBEROS EL SALVADOR”.

Participa en nuestro concurso de diseño para que tu talento quede como imagen de nuestra ONG. Buscamos promover nuestras funciones para darlas a conocer en la sociedad y que conozcan el trabajo del Patronato. Envía un correo a:

comunicaciones@patronatocbes.org

Figura 28

Visualización del comunicado de prensa

Comunicado de prensa:

Patronato Cuerpo de Bomberos de

El Salvador

Bomberos del Patronato Cuerpo de Bomberos de

El Salvador, realizan concurso de talento en las universidades.

El Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador quiere lanzar su campaña: **La identidad del Bombero Salvadoreño**. El cual su objetivo es posicionarse con los jóvenes universitarios y convocar a todos los estudiantes con talento en el área de diseño gráfico y comunicaciones.

La campaña es un concurso el cual se darán premios gracias a Unicomer y reconocimientos a las universidades.

El concurso iniciará el 1 de septiembre, se tendrán que inscribir los alumnos del 1 al 20 del mismo mes para inscripciones y entregar piezas del 21 hasta el 29 de septiembre. La premiación se hará en la Universidad José Simeón Cañas con todos los participantes y representantes de cada universidad.

Figura 29

Modelo de convocatoria de prensa:

**Patronato Cuerpo de Bomberos de
El Salvador**

HORAS: 10:00 AM

FECHA: Día X del mes X

LUGAR: Instalaciones del Patronato Cuerpo de Bomberos, oficina central

TEMA: Lanzamiento de campaña: La identidad del Bombero

DIRIGIDO: Gerente General, voluntarios, encargado de comunicaciones.

CONTACTO: Comité de comunicaciones.



Tabla 24

Evaluación de táctica

Indicadores	Fuente de verificación	Meta	Fecha
<p>Función del Manual de RRPP a través de la práctica.</p>	<p>Fuentes: Periódicos, representantes de los medios de comunicación y Comité de Comunicaciones del Patronato.</p> <p>-Contar con más de 5 participantes por universidad.</p> <p>-Tener cobertura en 6 medios (LPG, El Diario de Hoy, El Faro.Net, Diario El Mundo, Diario Colatino, Medio Lleno)</p> <p>-Medición de notas de prensa en periódicos respectivos (Monitorear los medios que asistieron al evento y revisar las notas, publicaciones y menciones sobre el lanzamiento de campaña)</p>	<p>Obtener un radio de 20% de medios</p>	<p>Junio 25/ 2016</p>

Objetivo 3

Desarrollar la imagen del Patronato Cuerpo de Bomberos en facebook para captar jóvenes voluntarios.

Estrategia 1

Diseñar un manual sobre el uso de Facebook para el Patronato Cuerpo de Bomberos

Táctica uno

Desarrollar un manual de buenas prácticas para Facebook específico para el uso del Patronato Cuerpo de Bomberos.

Actividades

Compartir a nivel interno el manual de redes sociales para guiar a las personas encargadas del manejo de facebook del Patronato Cuerpo de Bomberos, dicho manual les servirá de guía para:

- La importante del buen uso de facebook para la ONG
- Guía para hablarle a su público objetivo
- Protocolos de respuesta a los fans

Tabla 25

Matriz de mensaje:

Público	Mensaje	Fundamento del mensaje	Medios de transmisión o Dispositivos de comunicación
<p>Miembros del departamento de comunicaciones del Patronato Cuerpo de Bomberos.</p>	<p>La importancia de la presencia Online para mantener una buena imagen ante el público y ser un medio de intercambio de información.</p>	<p>Es importante contar con presencia en redes sociales más si nuestro objetivo es atraer jóvenes voluntarios y donativos. Si las personas conocen sobre la ONG será más fácil crear conciencia de la importancia de la existencia de ella.</p>	<p>-Reuniones -</p>

Tabla 26

Evaluación de táctica

Indicadores	Fuente de verificación	Meta	Fecha
<p>Aceptación del Manual de Redes Sociales por el encargado del comité.</p>	<p>Presidente de Junta Directiva del Patronato: Ing. Bogdan López.</p> <p>Respuesta de aprobación:</p> <p>Ejemplo: Se abre el Manual de Protocolo para Redes sociales a partir de la fecha _____ hasta su nueva evaluación</p>	<p>Tener el 100% de aceptación del Manual.</p>	<p>27 de Junio./ 2016</p>

Ver manual de facebook para el Patronato Cuerpo de Bomberos en anexo 7

Objetivo 3

Desarrollar la imagen del Patronato Cuerpo de Bomberos en redes sociales para captar jóvenes voluntarios.

Estrategia 2

Crear una línea gráfica para Facebook del Patronato Cuerpo de Bomberos para el período Agosto – Septiembre, para atraer jóvenes universitarios para voluntariados.

Táctica uno

Crear una pestaña en Facebook, donde los jóvenes universitarios puedan ingresar sus datos para formar parte del voluntariado del Patronato Cuerpo de Bomberos. Se dará a conocer por medio de anuncios patrocinados en facebook y con apoyo de las universidades aliadas con el Patronato.

Actividades

El encargado del manejo de redes sociales del Patronato Cuerpo de Bomberos habilitara una pestaña en donde se encuentre un formulario que contenga las siguientes casillas:

- Nombre
- Universidad
- Correo electrónico
- Ingresar en qué departamento del área del Patronato quiere hacer tu voluntariado.

Se dará a conocer el link en el facebook del patronato y se elaborarán artes para promocionar la existencia de la pestaña para formar parte del voluntariado.

Tabla 27

Matriz de mensajes:

Público	Mensaje	Fundamento del mensaje	Medios de transmisión o Dispositivos de comunicación
<p>Jóvenes universitarios del área de Antigua Cuscatlán y La Libertad</p>	<p>Completa tus horas sociales formado parte del Patronato Cuerpo de Bomberos, solo tienes que ingresar tus datos en nuestro formulario y aplicar en el área del Patronato donde deseas hacer tus horas sociales. Ser un héroe te ayuda a completar tu carrera.</p>	<p>Atraer jóvenes universitarios dándoles a conocer que se les puede ayudar con sus horas sociales con solo formar parte del Patronato.</p>	<p>Facebook Espacios en TV, en programas de jóvenes.</p>

Tabla 28

Evaluación de táctica

Indicadores	Fuente de verificación	Meta	Fecha
Inscripción de voluntarios	Encargado: Community Manager Pestaña de aplicación para los que soliciten el área que desean hacer el voluntariado. -Visitas a la página.	Tener 5 jóvenes voluntarios de los departamentos requeridos del Patronato. (mensual)	Un año Fecha de inicio del lanzamiento: Marzo 01/ 2016.

Figura 30

Visualización de la táctica 1

Publicaciones de facebook para atraer voluntarios al Patronato en todas las distintas aéreas de la ONG.



Figura 31

Visualización de la táctica 1

Publicaciones de facebook para atraer voluntarios al Patronato en todas las distintas aéreas de la ONG.

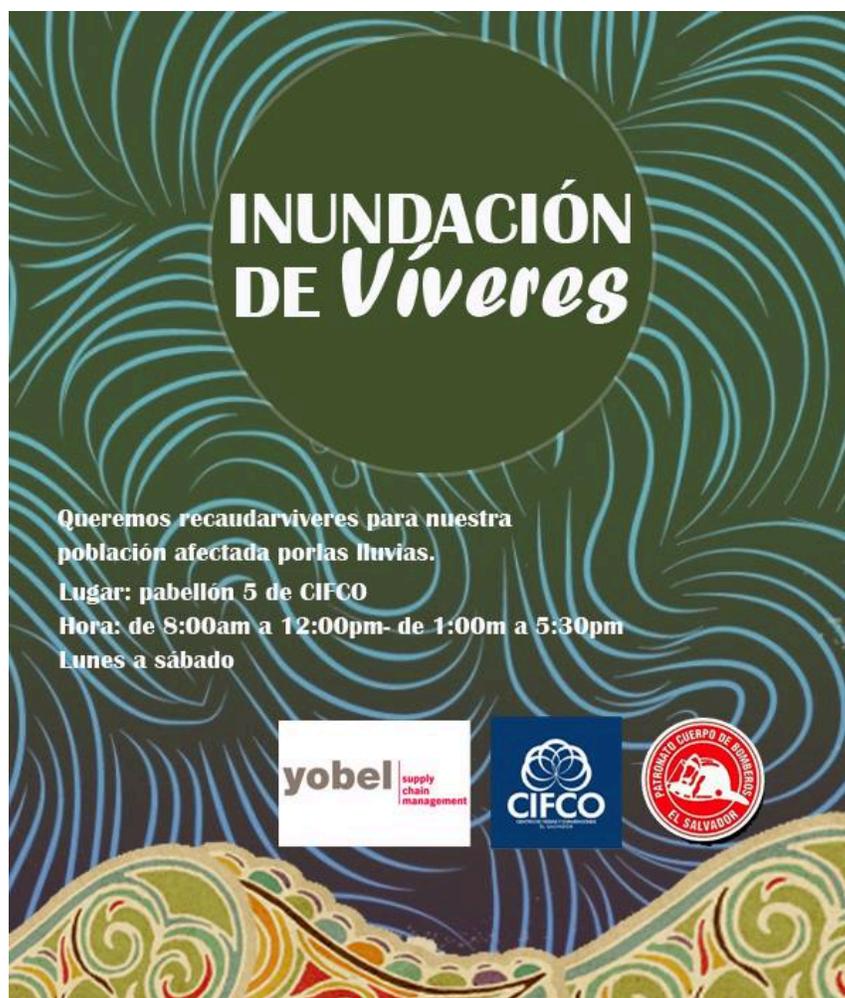
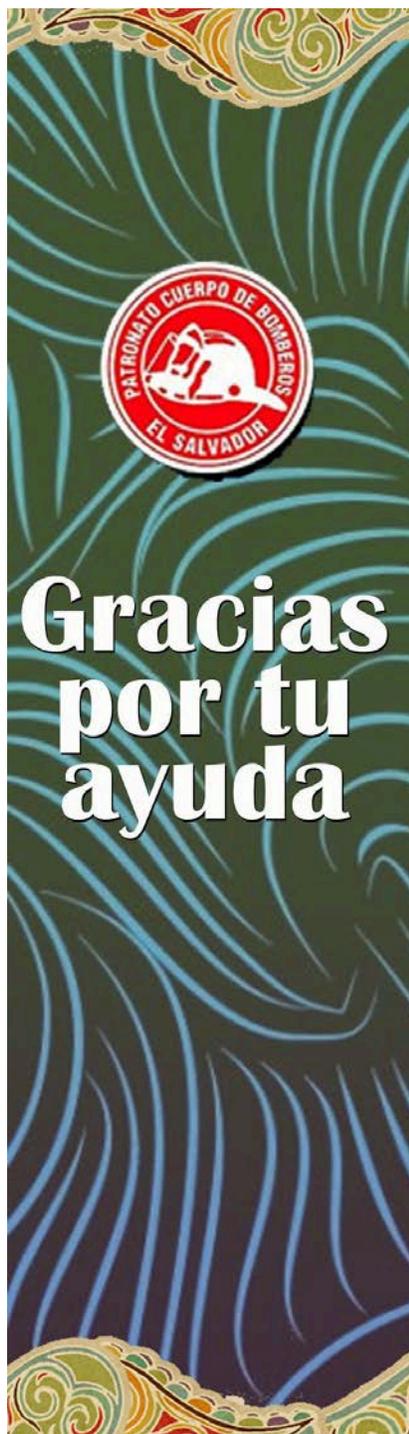


Figura 32

Visualización de la táctica 1

Publicaciones de facebook para atraer voluntarios al Patronato en todas las distintas aéreas de la ONG.



Objetivo 3

Desarrollar la imagen del Patronato Cuerpo de Bomberos en redes sociales para captar jóvenes voluntarios.

Estrategia 3

Realizar actividades de posicionamiento de imagen del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador a través de redes sociales, para involucrar a la ONG con la sociedad.

Táctica uno

Campaña de recaudación de víveres para zonas afectadas por en casos de inundación, en los de Agosto – Septiembre

Actividad

Elaborar una campaña para recaudar víveres y estos ser entregados a las comunidades de La Libertad que se encuentran en peligro por invierno en el mes de septiembre.

Nombre de Campaña: Inundación de víveres

Duración: Un mes

Evento: Las donaciones se comenzarán a recibir cuando se lance la campaña.

Encargados: Comité de comunicaciones del Patronato.

Encargado de comité de comunicaciones:

- Vocal 4 Lic. Erick Portillo

Elementos del comité de comunicaciones:

- Lic Carlos Regalado (sindico)
- Licda. Mónica Henríquez (vocal 2)
- Lic. Mauricio Ulloa (vocal 1)

Lugar de recaudación de víveres: CIFCO

Hora: de 9:00am a 12:00pm y de 1:00pm a 6:00pm

Gira de medios:

Voceros: Lic. Portillo y Licda. Mónica Henríquez.

Radios:

- ✓ Pencho y Aida: Lunes y Miércoles 7:00 am
- ✓ Femenina: Martes y Jueves: 6:30 am con el locutor David Acuña
- ✓ ABC: 4:00pm con el locutor Ricardo Hernández lunes/ Miércoles con Marcela Reyes.
- ✓ Globo: Programa “Mujer como tú” con Claudia y Neto. Viernes 10:00am

TV:

- ✓ Viva la mañana: 10:00 am/ Martes
- ✓ El Sótano: 4:00 pm/ Lunes
- ✓ TVX: Programas: Aclarando conceptos: Domingo 2:30pm / Tribuna Ciudadana:
Cafeína: Viernes 1:30pm

Tabla 29

Matriz de mensajes:

Público	Mensaje	Fundamento del mensaje	Medios de transmisión o Dispositivos de comunicación
Jóvenes de 20 a 30 años	“Queremos hacer una inundación de víveres para ver sonrisas” Muchas personas pierden sus hogares y objetos que necesitan para vivir a diario que la naturaleza se las arrebatara por fuertes tormentas e inundaciones. Forma parte de nuestros héroes llevando víveres para sus hogares.	Recolectar víveres y conmover al público meta para hacer ver que el Patronato se preocupa por los necesitados.	Facebook TV Radio
Hombres y mujeres de 30 a 35 años	“Queremos hacer una inundación de víveres para ver sonrisas” Muchas personas pierden sus hogares y objetos que necesitan para vivir a diario que la naturaleza se las arrebatara por fuertes tormentas e inundaciones. Forma parte de nuestros héroes llevando víveres para sus hogares.	. Recolectar víveres y conmover al público meta para hacer ver que el Patronato se preocupa por los necesitados.	Facebook TV Radio

Tabla 30

Evaluación de táctica

Indicadores	Fuente de verificación	Meta	Fecha
Lanzar recaudación de víveres en gira de medios y Facebook.	Encargado: Lic. Erik Portillo: Cuarto Vocal (Director de Comité de Comunicaciones del Patronato) Medios de comunicación: Radios: Alcance TV: Número de televidentes.	Lograr incrementar 1000 fans en Facebook. Lograr un 2% de participación de los medios	Octubre 01/2016

Táctica dos:

Crear una dinámica para impartir una capacitación sin costo, a las empresas participantes.

Actividad:

Realizar el anuncio en Facebook para promover la dinámica.

Target: Empresas (grupos de 30 personas)

Premio: Capacitación ***“Brigadas de evacuación”***

Tabla 31

Matriz de mensajes

Público	Mensaje	Fundamento del mensaje	Medios de transmisión o Dispositivos de comunicación
Empresas	<p>Copy de Post: Gánate una capacitación para tu empresa de Brigadas de evacuación. El mejor premio para tu empresa es una guía para estar preparados para cualquier evento de accidentes o incendios.</p> <p>Para participar solo tienes que comentar debajo de esta imagen por qué tú empresa prevenir accidentes con el hashtag #BrigadasPatronatoCBS V y compártelo</p>	Call to action para participar al instante	Facebook

Tabla 32

Evaluación de la táctica:

Indicadores	Fuente de verificación	Meta	Fecha
.-Dinámica para empresas en Facebook.	Encargado: Community Manager.	Lograr la participación de 10 empresas nuevas.	Noviembre 21/2016

Figura 33

Visualización de la táctica 1

Afiches para promover campaña inundación de víveres



Referencias

- Castillo Esparcia, A. (2009). *Relaciones públicas. Teoría e historia*. Barcelona: Editorial UOC.
- Urroz R, F. (2010). ¿Qué son los stakeholders?. En *Guioteca ¿qué quiere saber?*. Disponible en <https://www.guioteca.com/rse/que-son-los-stakeholders/>
- Ingram, D. (s. f). Organización sin fines de lucro vs organización con fines de lucro. En *La voz de Houston* Disponible en: <http://pyme.lavoztx.com/cules-son-los-beneficios-de-iniciar-una-organizacin-sin-fines-de-lucro-9042.html>
- Federación Antioqueña de ONG. (s. f). *¿Qué es una ONG?*. Disponible en <http://www.faong.org/que-es-una-ong/>
- Giovanni P.O. Arango Serna, M. D. y Sepulveda Atehortua, L. Y. (2011). *Las Organizaciones no gubernamentales –ONG– hacia la construcción de su significado* [Documento en línea]. Disponible en <http://www.bdigital.unal.edu.co/29490/1/27942-98991-1-PB.pdf>
- Asamblea Legislativa de El Salvador. (2000). *Ley del Patronato del Cuerpo de Bomberos de El Salvador*. Decreto N°248 [Documento en línea]. Disponible en: http://www.jmbauditores.com/biblioteca/derecho_administrativo/ea9344_ley_patronato_bombe.pdf
- Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador. (2016). Disponible en: <http://patronatocbes.org/news/index.php/contact>
- Pérez, L.A. (2006). *Marketing Social: Teoría y Práctica*. (Ed. 2). México: Editorial Prentice Hall México.
- Rangun, V.K. and Karim. S. (1991). Teaching note: Focusing the Concept of Social Marketing. Cambridge, MA: Harvard Business School.
- Martini, N. (1998). Definiendo las relaciones públicas. En *RRPP Net Portal de Relaciones Públicas*. Disponible en: <http://www.rrppnet.com.ar/defrrpp.htm>

Anexos

Anexo uno: Información general del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador

Misión:

- Proporcionar ayuda económica, moral y legal para el desarrollo técnico, profesional y social del Cuerpo de Bomberos, para que sus miembros sirvan a la comunidad con profesionalismo y eficiencia, en casos de emergencias.

Visión:

- Ser artífices de un Cuerpo de Bomberos altamente eficiente, capacitado y con elevada moral al servicio de la comunidad.

Filosofía:

- Nuestra filosofía se basa en los valores y principios como ONG que son ayudar al buen desarrollo técnico del Cuerpo de Bomberos y servir a la comunidad.

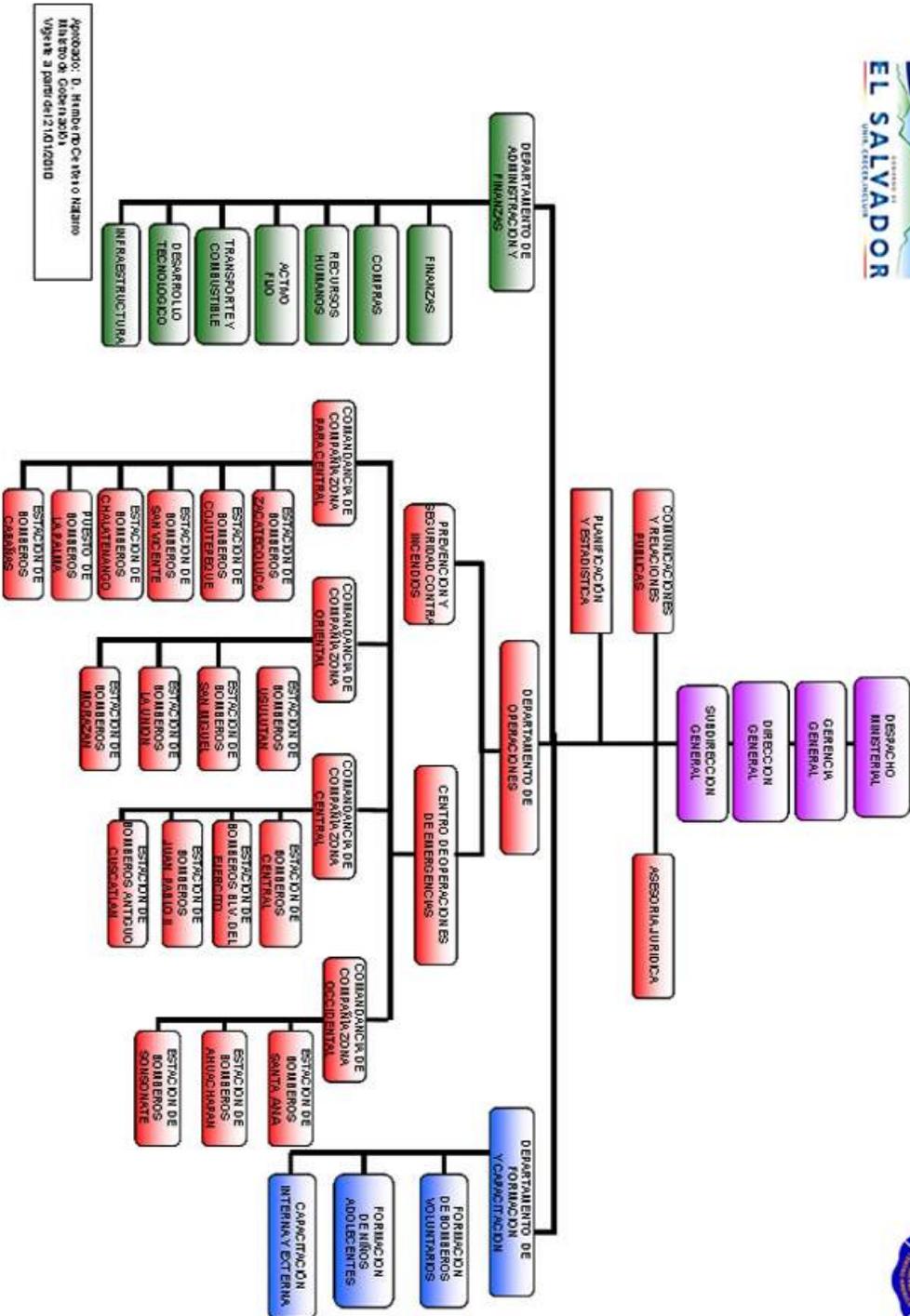
Anexo dos: Organigrama de la junta directiva del Patronato Cuerpo de Bomberos



Anexo tres: Organigrama del Cuerpo de Bomberos de El Salvador



Cuerpo de Bomberos de El Salvador



Anexo cuatro: Encuestas

Encuesta sobre la percepción del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador



UNIVERSIDAD DR. JOSÉ
MATÍAS DELGADO

Esta encuesta está elaborada para hacer un sondeo sobre el conocimiento que usted tiene del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador, para conocer cuál es la percepción de esta ONG en San Salvador. Los datos recolectados son para fines de investigación, por lo tanto, la información será confidencial. Gracias por su colaboración. Indicaciones: encerrar el literal de la respuesta.

1) Género:

Masculino ___

Femenino ___

2- ¿Tiene usted conocimiento de las labores que realiza un bombero en El Salvador? Si su respuesta fue si, pase a la siguiente pregunta. Si fue no a las 4.

- a) Si
- b) No

3-Mencione algunas funciones que tiene un bombero en El Salvador o las que usted conozca:

4-¿Tiene algún familiar, amigo o conocido que forme parte del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador? Si su respuesta fue si, pase a la siguiente pregunta. Si contestó no pase a las 6.

- a) Si
- b) No

5- ¿Cómo se involucró para formar parte del Cuerpo de Bomberos de El Salvador?

- a) Buscando trabajo

- b) Horas sociales
- c) Servicio Social
- d) Voluntariado

6-¿Conoce usted al Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador?

Si su respuesta fue si, pase a la siguiente pregunta. Si contestó no pase a las 8.

- a) Si
- b) No

7-¿Por cuál medio usted se enteró del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador?

- a) Sitio Web
- b) Redes sociales
- c) Empresa privada
- d) Medios de comunicación

8-¿Usted considera que el Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador se involucra con la ciudadanía?

- a) Si
- b) No

9-¿Con qué frecuencia usted se entera de los trabajos que realiza el Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador ante cualquier problema o fenómeno natural?

- a) Todos los días
- b) Una vez a la semana
- c) Casi nunca
- d) Nunca

10-Si describe al Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador con una palabra, ¿Cuál sería?: _____

11-¿Usted sigue en Twitter o en Facebook al Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador? Si su respuesta fue si pase a la siguiente pregunta. Si fue no pase a la 13.

- a) Si
- b) No

12-¿Considera usted que manejo de información que lanzan en sus cuentas sociales es considerable a lo que la población tiene que saber?

- a) Si
- b) No

13-¿Se ha motivado usted para formar parte del voluntariado en el Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador?

- a) Si
- b) No

14-A su criterio ¿A qué edad un ciudadano puede ser parte del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador?

- a) 12 años
- b) 18 años
- c) 30 años

15-¿Cuántas instituciones de bomberos conoce en El Salvador?

- a) De 1 a 2
- b) De 2 a 4
- c) Ninguna

16-¿Por cuál medio usted se enteró de las instituciones de bomberos?

- a) Medios tradicionales de comunicación (prensa, radio y tv)
- b) Sitio Web
- c) Redes sociales
- d) Empresa
- e) Amigo

17-¿Qué lo motivaría a formar parte del voluntariado en el Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador?

- a) Servir a la nación
- b) Le gusta el voluntariado
- c) Trabajo profesional
- d) Servicio social
- e) Ninguna de las anteriores

Anexo cinco: Guía de Focus Group

La sesión inicia con una dinámica donde los participantes se colocan en círculo y se les pasa una pelota, a la persona que le quede la pelota hablara sobre su percepción personas sobre el trabajo del Patronato Cuerpo de Bomberos, la dinámica terminara hasta que todos los participantes hablen.

-Video, introducción sobre la historia sobre el Patronato Cuerpo de Bomberos.

Interfiere el moderador. Hace las siguientes preguntas.

- ¿Qué los motivaría para volverse voluntarios del Patronato Cuerpo de Bomberos?
- Ahora que conoce las labores del Patronato Cuerpo de Bomberos ¿Desearían formar parte del voluntariado?
- ¿Creen que es importante la labor que cumple El Patronato Cuerpo de Bomberos?
- ¿Sabían que cuentan con un sitio web y redes sociales?
- ¿Cómo se enteran de las labores que hacen El Patronato Cuerpo de Bomberos?
- ¿Conoce las labores y obligaciones de un bombero?
- ¿Conoce la diferencia entre el Patronato Cuerpo de Bomberos y Bomberos de El Salvador?

Interviene nuevamente el moderador para dar las gracias a su participación

Anexo seis: Guía de entrevista a profundidad

“El motivo de la entrevista es para conocer más sobre las labores que hace como directivo del Patronato Cuerpo de Bomberos, su colaboración para difundir sus trabajos, premios y campañas para recaudar fondos”

¿Cuánto tiempo lleva colaborando para el Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador?

-
- ¿Qué lo motivó para ser voluntario en ese tiempo?
- ¿Qué tipo de cargos ha tenido durante su periodo de voluntario?
- ¿Apoya de manera activa en el departamento de comunicaciones para hacer saber las labores que hacen como Patronato?
- ¿Qué tipo de apoyo da en el departamento de comunicaciones?
- ¿Por qué se involucró en ese cargo?
- ¿Se ha involucrado en otras ong?
- ¿Cómo califica el perfil actual del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador?

**Desarrollo del Manual de Relaciones
Públicas para el posicionamiento de
imagen del Patronato Cuerpo de
Bomberos de El Salvador en el
Departamento de La Libertad.**

Índice

Introducción	133
Misión del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador	134
Visión del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador.....	134
Objetivos y finalidad del manual de relaciones públicas	134
Objetivo General.....	134
Objetivos Específicos	134
Manual de procedimientos para atención de usuarios del Patronato.	135
Atención a los usuarios del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador	136
Atención a los Medios de Comunicación	143
Procedimiento de divulgación de Actividades e Información General.....	146
Resultados esperados del procedimiento	147
Carta de aprobación y visto bueno por el Gerente General del Patronato.....	148
Distribución y divulgación	149
Evaluación y actualización del manual.....	150
Cronograma.....	151
ANEXOS	152

Introducción

El presente documento es un conjunto de instrumentos administrativos que contribuirán a mejorar la imagen, posicionamiento y atención a los medios de comunicación, por ende, permitirá mejorar las estrategias de comunicación y servicio que ofrecen con sus públicos externos, por tener las herramientas necesarias para permitir al personal identificarse con el Patronato Cuerpo de Bomberos y presentar un mejor servicio al momento de entrar en contacto con los usuarios.

Es muy importante que para mejorar el posicionamiento de una imagen, es necesario que todo el personal deba conocerlo y llevarlo a práctica, además de comprometerse a cumplir las directrices que se plantean para garantizar resultados favorables después de ser aplicado.

El Manual de Relaciones Públicas aparte de ser una Guía de Procedimientos Administrativos, es también una herramienta para fomentar las relaciones interpersonales, por contener lineamientos fundados en las normas básicas de urbanidad y buenas costumbres.

Misión del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador

“Proporcionar ayuda económica, moral y legal para el desarrollo técnico, profesional del Cuerpo de Bomberos, para que sus miembros sirvan a la comunidad con profesionalismo y eficiencia, en casos de emergencia” (Patronato Cuerpo de Bomberos El Salvador, 2016, P.1).

Visión del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador

Ser artífices de un Cuerpo de Bomberos altamente eficiente, capacitado y con elevada moral al servicio de la comunidad.

Objetivos y finalidad del manual de relaciones públicas

Objetivo General

Brindar un servicio de calidad al público externo del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador.

Objetivos Específicos

- Contar con una herramienta de apoyo para facilitar el trabajo de comunicaciones del Patronato Cuerpo de Bomberos.
- Delimitar las responsabilidades del personal para un servicio de calidad del Patronato Cuerpo de Bomberos.
- Mejorar la imagen del Patronato a través de la aplicación del Manual.

Manual de procedimientos para atención de usuarios del Patronato.

El Manual de procedimientos que se describe a continuación, están basados en dos grandes ejes de acción: el posicionamiento de la imagen del Patronato y la atención con los medios de comunicación.

El primer eje se basa en la participación que se tiene internamente y como a través de la aplicación del Manual puede tener una mejor imagen y proyectarla con planes basados en resultados.

El segundo eje se basa en la atención de los medios de comunicación, cuando se acercan y para buscarlos. Se debe tener en cuenta a los representantes de cada medio para tratarlos con el proceso indicado.

Al contar con una herramienta guía para el personal del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador, se están estandarizando los procedimientos de atención a los usuarios y mejor las comunicaciones para ayudar a alcanzar sus objetivos y metas como una ONG.

Atención a los usuarios del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador

Tabla 1

Nombre del procedimiento: Información de los servicios que ofrece el Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador		
DEPENDENCIA: Oficinas centrales del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador.		
OBJETIVO: Brindar información adecuada sobre los servicios que ofrecen el Patronato. Voluntariado y funciones.		
ENCARGADOS: Autoridades del comité.		
DOCUMENTOS QUE INTERVIENEN: formulario de informe.		
POLÍTICAS O LINEAMIENTOS: Se le brindara información a todo ciudadano ya sea joven de 18 a 35 acerca del Patronato que quiera ser voluntario o empresa privada.		
RESPONSABLE	PASOS	ACTIVIDADES
Guardia de seguridad	1	Recibe con atención y amabilidad al usuario. (saludo y pregunta)
Usuario	2	Externa el motivo o la situación por el cual se encuentra en el Patronato.
Guardia de seguridad	3	Pregunta por sus documentos y lo dirige al depto. Correspondiente
Comité	4	Comité le hace las preguntas de su motivo.

Usuario	5	Explica el motivo por el que se encuentra, dudas, unión al Patronato o situación.
Gerente general o encargado de comunicaciones.	6	Le soluciona la situación al usuario con sus dudas o aplicación de voluntariado. Se retira
Usuario	7	Lo guía hacia la salida.
Guardia de seguridad	8	

Importancia del procedimiento

Los usuarios del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador quedarán satisfechos con el servicio brindado, dejándoles una buena imagen porque es satisfactorio el servicio.

Alcance del Procedimiento

Contar con un personal capacitado que tenga buenas prácticas de atención al usuario.

Resultados esperados del procedimiento

- Selección del personal para que se capacite mejor en las relaciones interpersonales.
- Tener un personal capacitado para dar información.
- Proyectar una buena imagen de la ONG.
- Que el usuario reciba información puntal de los servicios que se hacen y las funciones que tiene el Patronato.
- Integrase más con la sociedad a través de una buena comunicación.

Tabla 2

NOBRE DEL PROCEDIMIENTO: Información sobre el voluntariado para Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador		
DEPENDENCIA: Oficinas centrales del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador.		
OBJETIVO: Brindar información adecuada sobre los servicios que ofrecen el Patronato. Voluntariado y funciones.		
ENCARGADOS: Autoridades del comité.		
DOCUMENTOS QUE INTERVIENEN: formulario de informe.		
POLÍTICAS O LINEAMIENTOS: Se le brindara información a todo ciudadano ya sea joven de 18 a 35 acerca del Patronato que quiera ser voluntario o empresa privada.		
RESPONSABLE	PASOS	ACTIVIDAD
Guardia de seguridad	1	Recibe con atención y amabilidad al usuario. (saludo y pregunta)
Usuario	2	Expresa su duda sobre el voluntariado del Patronato.
Guardia de seguridad	3	Pregunta por sus documentos y lo dirige hacia el depto. Encargado.
Encargado del Comité de comunicaciones	4	Le pregunta sobre el interés y en qué área desea ser voluntario y por qué quiere ser parte del Patronato. Expresa su situación y el por qué.

Usuario	5	
Encargado del Comité de comunicaciones	6	<p>Le explica los pasos que se deben hacer para ser voluntario. Y lo dirige a donde el Gerente General, en caso que este no este. Se le dará a información necesaria que también autorice dar.</p> <p>Se encarga de informarle de los procedimientos y funciones que hacen los voluntarios. Se encarga de brindar la misión y visión del Patronato.</p> <p>Luego de tomar una decisión, deja su correo, contacto y nombre completo. Se retira.</p>
Gerente General	7	
Usuario	8	

Importancia del procedimiento

El futuro voluntario se sentirá satisfecho de la información que le brindaron y tendrá una buena imagen del Patronato. Tendrá más información para difundir a los demás.

Alcance del procedimiento

Contar con un personal capacitado que tenga buenas prácticas de atención al usuario y brindar la información necesaria para los voluntarios.

Resultados esperados del procedimiento

- Mejor cumplimiento de trabajo del personal para lograr los objetivos propuestos.
- Tener motivación a los voluntarios
- Que los jóvenes se acerquen a preguntar más
- Difundir información sobre el voluntariado.
- Formalizar el reclutamiento de jóvenes voluntarios.
- Aclarar las funciones que se tienen en el Patronato.
- Apoyo del comité de comunicaciones a difundir la información.
- Tener una idea de lo que piensan los demás acerca del voluntariado y las expectativas del Patronato.

Tabla 3

NOBRE DEL PROCEDIMIENTO: Donaciones de empresas.		
DEPENDENCIA: Oficinas centrales del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador.		
OBJETIVO: Atender a las empresas que donan con las causas del Patronato.		
ENCARGADOS: Autoridades del comité.		
DOCUMENTOS QUE INTERVIENEN: formulario de informe.		
POLÍTICAS O LINEAMIENTOS: Se recibirá donaciones a todas tipos de empresa, privadas e institucionales que quieran y estén en voluntad de donar.		
RESPONSABLE	PASOS	ACTIVIDAD
Encargado de comité de comunicaciones.	1	Avisa al de seguridad que empresa llegará.
Guardia de seguridad	2	Saluda y recibe a la empresa que ya programó la visita. al llegar.
Encargado del comité de comunicaciones.	3	Se encarga de guiar a los que llevan la donación al lugar de la entrega.
Empresa	4	Entra el Patronato y se colocan con las donaciones al lugar correspondiente.
Encargado del comité de comunicaciones.	5	Reúne a todo el personal y es el responsable de iniciar el mensaje de agradecimiento y motivo del donativo. Hace entrega del donativo.
Empresa	6	Toma las fotografías correspondientes.

Fotógr	7	Expresa el motivo de la actividad y se retira.
--------	---	--

Importancia del procedimiento

Las empresas quedarán satisfechas con la entrega que han hecho y ten runa buena experiencia de atención con todos los voluntarios del Patronato.

Alcance del procedimiento

Lograr tener alianzas y buenas relaciones a través de las comunicaciones y convivió con las empresas.

Resultados esperados del procedimiento

- Desarrollar un trabajo en equipo
- Transmitir una imagen de unidad y trabajo en equipo
- Demostrar la capacidad de comunicaciones en el personal y relaciones interpersonales.
- Posicionar la imagen del Patronato con personal íntegro con morales y educados.

Atención a los Medios de Comunicación

Tabla 4

NOBRE DEL PROCEDIMIENTO: Atención a los Medios de Comunicación cuando se realizan conferencias.		
DEPENDENCIA: Oficinas centrales del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador.		
OBJETIVO: Orientar al personal para atender de una forma correcta a los Medios de Comunicación y representantes.		
ENCARGADOS: Autoridades del comité.		
DOCUMENTOS QUE INTERVIENEN: Comunicados de prensa.		
POLÍTICAS O LINEAMIENTOS: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Las convocatorias de prensa las realizarán únicamente los representantes del comité de comunicaciones. ➤ El equipo de voluntariados y grupo asistente del Patronato servirá de apoyo a las conferencias. ➤ El comunicado de prensa será enviado luego de su aprobación. 		
RESPONSABLE	PASOS	ACTIVIDAD
Departamento de comunicaciones del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador.	1	Elaborar convocatoria de prensa y posteriormente enviar a los Medios de Comunicación.
Gerente General del Patronato.	2	Elaborar comunicados de prensa para Medios de Comunicación, en el cual se resuma todo el mensaje de la actividad para la que se ha convocado los medios. ¿Quién? ¿Cómo? ¿Cuándo? ¿Dónde?

Equipo del Patronato (voluntarios)	3 4 5	<p>Se le entrega al Gerente el comunicado, como apoyo para intervenir en el momento de la conferencia. Recibe el documento de prensa.</p> <p>Distribuye el comunicado al pequeño grupo que estará presente en la conferencia de prensa. Lee el comunicado.</p> <p>Preparan información adicional: lugar, nombres, hechos, entre otras actividades.</p>
Medios de Comunicación. Equipo del Patronato. (voluntario seleccionados de apoyo) Departamento de comunicación	6 7 8	<p>Pregunta sobre datos específicos de la conferencia.</p> <p>Responden con cordialidad y amplitud a la inquietud. Basado en la información previa entregada.</p> <p>Notifica a los representantes de cada medio que pueden pasar por un refrigerio o hay un intermedio corto de tiempo.</p>

Importancia del procedimiento

Mantener buenas relaciones con los medios de comunicación y sus representantes

Alcance del procedimiento

Compartir información objetiva de las actividades del Patronato.

Resultados esperados del procedimiento

-Publicaciones objetivas

-Generar opinión pública

-Comenzar a tener posicionamiento

-Tener identidad pública como Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador y ONG.

-Que los representantes de los medios de comunicación se sientan satisfechos con la información que el Patronato les comparte.

-Fomentar buenas relaciones con los medios de comunicación.

Procedimiento de divulgación de Actividades e Información General.

Tabla 5

NOBRE DEL PROCEDIMIENTO: Elaboración y actualización del periódico mural o boletín informativo.		
DEPENDENCIA: Oficinas centrales del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador.		
OBJETIVO: Brindar información sobre las actividades que realiza el Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador.		
ENCARGADOS: Autoridades del comité.		
DOCUMENTOS QUE INTERVIENEN: Formularios de petición de información de eventos.		
POLÍTICAS O LINEAMIENTOS: <ul style="list-style-type: none"> ➤ La información se necesita se le informará a cada jefe de departamento. ➤ La actualización debe hacerse mensualmente. ➤ La actualización del mural periódico o boletín informativo será a cargo del representante del comité de comunicaciones. 		
REPRESENTATE	PASOS	ACTIVIDAD
Encargado de comité de comunicaciones.	1	Entrega a cada jefe de departamento el formulario de información de las actividades relevantes.
Jefe de departamento	2	Devuelve el formulario con la información solicitada.
Encargado de comité de comunicaciones.	3	Se encarga de clasificar la información recibida por los jefes.
	4	Ordena la información que se le entregó en bosquejos del diseño para el mural o boletín, según la actividad: donaciones, conferencia, actividades.

		<p>Imprime cada sección del documento a lanzar.</p> <p>Ubica información en el mural o boletín luego de definir el concepto y diseño.</p> <p>Entrega o coloca el mural en cada departamento del Patronato.</p>
	5	
	6	

Importancia del procedimiento

La divulgación de actividades en el Patronato

Alcance del procedimiento

Que el personal del Patronato conozca las actividades mensuales que se realizan.

Resultados esperados del procedimiento

- -Actualización periódica
- -Que la información sea clara de las actividades
- -Que el departamento colabore en conjunto y estén sincronizados con las actividades o campañas.
- -Que sea información puntual y de interés.
- -Que sirva para subir información al sitio web o redes sociales.

Carta de aprobación y visto bueno por el Gerente General del Patronato.

El Gerente General del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador aprueba el “MANUAL DE RELACIONES PÚBLICAS PARA EL POSICIONAMIENTO DE IMAGEN DEL PATRONATO CUERPO DE BOMBEROS DE EL SALVADOR EN EL DEPARTAMENTO DE LA LIBERTAD” por lo que las dependencias de los departamentos deberán de observar su contenido y aplicarlo en las siguientes fechas.

San Salvador, de de

CÚMPLASE,

Distribución y divulgación

El objetivo principal es que el Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador pueda contar con una herramienta para ser utilizada en sus actividades cotidianas. Lo propuesto se dará a conocer por reuniones programadas para el personal y dar a conocer el manual.

Generalidades

Nombre: Aplicación del manual de relaciones públicas.

Nª de horas: 40 horas

Horas teóricas: 25 horas

Horas prácticas: 15 horas

Duración en días: 10

Descripción:

La capacitación está dirigida a todo el personal del Patronato, para dar a conocer el manual y desarrollar prácticas con los voluntarios de todos los departamentos con el objetivo de tener lineamientos a la hora de aplicar el manual.

Trabajo en equipo

Contenido

Diferencia entre equipo y grupo

Importancia de trabajar bajo un equipo

Porqué fallan los equipos

Relaciones interpersonales

Contenido

Definición de relaciones interpersonales.

Procesos fundamentales para tener buenas relaciones interpersonales.

La importancia de las relaciones interpersonales.

Como mejorar las relaciones interpersonales.

Opinión pública

Contenido

¿Qué es opinión pública?

¿Para qué sirve la opinión pública?

¿Sujetos intervinientes en la opinión pública?

Imagen institucional

Evaluación y actualización del manual

Evaluación.

La evaluación de la aplicación del Manual se hará a través de sondeos y entrevistas internas del Patronato. Periódicamente los medios de comunicación realizan encuestas de Opinión para medir el nivel de aceptación y credibilidad de las Instituciones Gubernamentales, tales herramientas servirán para medir el nivel de posicionamiento de la imagen del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador.

Actualización.

Estará a cargo de los representantes del comité de comunicaciones del Patronato, quienes evaluarán la necesidad de cambiar las aplicaciones del manual.

ANEXOS

Anexo uno Comunicado de prensa

Patronato Cuerpo de Bomberos de

El Salvador

Bomberos del Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador, Cumplen 40 años de servir a la nación.

Los voluntarios del Patronato estarán de manteles largos el mes de julio, ya que cumplen 40 años de servir al pueblo salvadoreño.

El Patronato Cuerpo de Bomberos de El Salvador, realizará varias actividades para resaltar su imagen como ONG y de esta forma llegar a la población para ser reconocidos.

Las actividades comenzarán el primero de Julio con una campaña: “Bombero por un día”, en donde pueden ser parte todos los niños, jóvenes y adultos que deseen ser bomberos o desearon ser bomberos. La actividad se llevará a cabo en el Tin Marín y la entrada costará 3 dólares adultos y dos los niños.

Además de conciertos, maratones y más actividades calendarizadas para compartir la felicidad de los 40 años de existencia.

Anexo dos Convocatoria de prensa.

Patronato Cuerpo de Bomberos de

El Salvador

HORAS: 10:00 AM

FECHA: DÍA X DEL MES X

LUGAR: INSTALACIONES DEL PATRONATO, OFICINA CENTRAL

**TEMA: ONG: PATRONATO CUERPO DE BOMBEROS DE EL SALVADOR
CUMPLE 40 AÑOS.**

**DIRIGIDO: GERENTE GENERAL, VOLUNTARIOS Y ENCARGADO DE
COMUNICACIONES.**

CONTACTO: COMITÉ DE COMUNICACIONES.

Anexo tres: formulario de petición de Información de Eventos.

Departamento:			
Responsable:			
Actividad	Fecha de realización	Descripción	Responsable