**Plan de Comunicación Institucional “ComunicAcción”**

**Eje N° 9. Comunicación institucional, publicidad y relaciones públicas.**

Docente: Pablo Gullino

Equipo de comunicación: Rosalía Malceñido, Marcos Chamorro, Melina Giménez, Juan Pablo Paz y Nicolás Guerrini.

**Actuar Hoy**

La fundación “Actuar Hoy” comienza en 97 con el nombre de “Cristo Resucitado”. El cambio a este nuevo nombre fue al poco tiempo. Comenzó con múltiples programas para ayudar a la comunidad y entre uno de ellos estaba el programa EnAcción. Tal fue el éxito y el peso que tomó el programa que la fundación decidió quedarse solamente con este. Atiende a una población de más de 1300 familias, entre ellos 500 adultos y adultos mayores, 250 jóvenes y 550 niños. Cuenta con una población de 0 a 99 años.

La organización en cuestión fue creada por un grupo de seminaristas (Luciano Iramain, actual director de la fundación) que estaban por finalizar sus estudios de sacerdocio en la Parroquia San Pablo Apóstol. La comunidad donde estaba inserta la parroquia sufría de muchas carencias y esto preocupó a los seminaristas que decidieron actuar para que el barrio cubra sus necesidades básicas así como tender lazos entre la comunidad y la parroquia. Para ello se buscó que los jóvenes encuentren algún tipo de espacio para que puedan transformar al barrio desde un entorno sano y fortaleciendo los lazos de solidaridad.

Para evitar confusiones a partir de aquí, nos referiremos al programa EnAcción, el cual durante 16 años realizó todas sus actividades dentro de la Parroquia San Pablo Apóstol, que le cede un espacio dentro de su terreno. Sin embargo, desde el 2014 ya cuenta con su propio espacio. Este predio es un Centro Cultural y Deportivo, ubicado a dos cuadras de la parroquia, que hace años se viene gestando desde el programa y la comunidad en general. El predio cuenta con un Salón de Usos Múltiples con baños y cocina, un playón multideportivo, vestuarios, un edificio cultural, con salones y un área administrativa.

Este lugar solía ser un vivero que luego se convirtió en un basural pero desde el año 2002 comenzaron a utilizarlo. A través del trabajo de los participantes de la organización y de muchos vecinos en actividades comunitarias lo fueron limpiando y recuperando.

En el 2011 el predio ya estaba completamente listo y se presentó el proyecto que tenía una primera etapa que consistía en la nivelación del terreno, el marcado de las canchas y la construcción de un Salón de Usos Múltiples con baños y cocina. La segunda etapa que implica la construcción de un playón multideportivo. La tercera etapa comprendió la construcción de vestuarios. La cuarta etapa la construcción de un edificio cultural, con salones y un área administrativa. La quinta etapa es techar el playón. La inauguración de la obra se llevó a cabo a través del evento barrial “Nuestro Sueño en Marcha” en noviembre de 2011.

El programa EnAcción cuenta con tres ejes:

● Deportivo - Recreativa

● Artística - Cultural (danza, arte callejero, música)

● Educativa – Formativa

**Área de influencia**

EnAcción está ubicada en la calle 9 de julio 930, Barrio Santa Helena en la localidad de Los Polvorines del Partido de Malvinas Argentinas.

**Actividades y Servicios**

Los Eventos Barriales de la organización brindan propuestas en las que se combinan el compromiso y la diversión, convocando a las familias a compartir actividades que promueven el vínculo entre los vecinos, la reflexión y la participación comunitaria. Hay cuatro eventos durante el año:

**·    *La Bicicleteada*:** Esta propuesta surgió hace algunos años para generar alguna actividad que tienda a armonizar las relaciones entre los vecinos. Se caracteriza por reunir a vecinos en sus bicicletas donde recorren más de 70 cuadras, partiendo del Campito y pasando por puntos significativos del barrio como plazas, escuelas y la Universidad de General Sarmiento. Lo que buscan es transmitir el mensaje de unión de los vecinos y visibilizar a la organización. También participan otras organizaciones de la zona como la UNGS, la Escuela N° 14, el Club Atlético San Miguel, El grupo Scout San Pablo, La Capilla Nuestra Señora del Pilar, La Parroquia San Pablo, La Murga Los Bufones de San Pablo, la Murga Los Demonios de Polvorines y el Centro de Jubilados Dante Alighieri. Además de recorrer las calles de barrio, se realizan diversas actividades dentro del Campito como murales, pintura, música y danzas.

**·     *El Día de la Niñez*:** es un momento para festejar la niñez y no el día del niño ya que la organización considera que la niñez es un estado interior, que puede vivirse y disfrutarse por todos. En este evento participan niños, jóvenes y adultos. Es un espacio para permitirse jugar y divertirse. Hay diferentes actividades para jugar y compartir entre vecinos.

**·     *El multicultural*:** es un festival para la recreación, la participación y la integración de la comunidad. Hay actividades de música, pintura, radio, juegos, literatura y exposiciones.  Se expone lo que se realizan en los talles del eje Artístico – Cultural. Como equipo planificador tuvimos la oportunidad de participar de este evento que se caracterizó está vez por festejar los 20 años del programa y  con diferentes actividades dentro del Campito para reconstruir esa historia. Todas las áreas se encargaron de poner su granito de arena. La decoración estaba hecha por los distintos grupos de mujeres, una línea de tiempo que representaba cada año del programa, los talleres de niños realizaron bolsas pintadas que contenían revistas del programa, algunos niños del taller de música tocaron la flauta etc. También participaban otras organizaciones como la UNGS y el Banco Provincia.

**·        *La Fiesta de fin de Año*:** es un evento que se celebra de casi siempre de noche donde todas las familias del barrio comparten la comida, la música, el baile y los juegos. Es también un momento en el cual se hace una reflexión y un balance sobre el año que se deja y se piden los deseos para el próximo. Es el evento que más convocatoria tiene. Al igual que los otros eventos, todos los integrantes de la organización y el barrio ayudan entre todos para que se realice con éxito.

***Actividades Educativo-Formativas***

***Apoyo Escolar para Niños***

Este proyecto brinda apoyo a las tareas escolares  de niños de primer y segundo grado fundamentalmente en las materias de Lengua y Matemática. Además realizan un seguimiento del desarrollo pedagógico de cada niño detectando posibles dificultades de aprendizaje que, de ser necesario, son trabajadas en articulación con los Servicios de Salud Mental y Social.

***Educación Joven***

Este proyecto a través de la entrega de becas y el acompañamiento personalizados y grupal de jóvenes en nivel secundario, terciario y universitario, se busca brindar apoyo en el proceso educativo, evitando la deserción escolar y logrando un mayor nivel de educación formal.

Como complemento, y con el objetivo de brindar un apoyo integral a cada joven en los estudios, funciona la Biblioteca Popular, el Salón de Estudios y la Sala de Computación.

***Taller de Economía***

El Taller tiene como objetivo fomentar la reflexión sobre el funcionamiento del sistema económico social actual, el conocimiento de formas alternativas de organización económica y el desarrollo de pequeños emprendimientos con el fin de recaudar dinero para las actividades de los proyectos. Participan las mujeres del barrio y trabajan con conceptos como: economía social, introducción a los sistemas económicos, concepto de ahorro, inversiones, recursos humanos entre otros. Este conocimiento es aplicado para la planificación y realización de las ferias de ropa, las kermeses en los eventos barriales y la venta de productos alimenticios como choripanes, tortas etc.

***Talleres de Promoción Social***

Buscan promover la integración de la población adulta con menos recursos a un grupo de pertenencia. A través de capacitaciones temáticas y la formación en valores para más de 300 participantes, se generan espacios donde reflexionar, informarse e intercambiar opiniones respecto a diferentes problemáticas que los atraviesan y preocupan. Además de facilitar el acercamiento y la cooperación entre las familias del barrio, se busca fortalecer el régimen alimentario a través de la entrega de mercadería.

***Mujeres Nuevas***

Los grupos de Mujeres Nuevas tienen por objetivo crear un espacio de pertenencia para formarse y compartir intereses, experiencias e inquietudes a través de actividades, manualidades y reflexiones grupales donde las mujeres puedan compartir sus problemas, elaborarlos y expresarse.

***Mujeres con Futuro***

Se ofrece un espacio de pertenencia y relación entre pares, promoviendo la capacitación y acompañando la elección y el desarrollo de los proyectos personales de mujeres de 18 a 25 años que han sido madres a muy temprana edad. Se llevan a cabo reuniones semanales en los que se tratan temas como la nutrición en la infancia, la dignidad de las personas, derechos de la mujer, relaciones de pareja, la comunicación familiar y las adiccionesentre otros temas.

***Actividades Artístico-Culturales***

***Taller de Cuentos***

A través de cuentos, canciones, poesías y leyendas se busca despertar el gusto por la lectura y la narración en los niños de hasta 12 años.  Los encuentros se dividen en tres momentos. Una primera instancia en que los chicos pueden leer o mirar los libros; un momento de narración, y finalmente la actividad “Manos a la Obra” en la que se desarrollaron producciones artísticas como títeres, máscaras y dibujos relacionados con alguna de las historia que se narra. En cada uno de los momentos los chicos participan de manera activa para expresar sus intereses y presentando sus propias ideas.

***Taller de Música***

Tiene como objetivo formar un espacio de encuentro donde, a través de la música, se promueva el desarrollo de la creatividad, la comunicación y la relación entre pares. Se desarrollan clases de guitarra, percusión, canto, flauta, lenguaje musical y ensamble para niños y jóvenes. Es un espacio para la iniciación musical, para promover el disfrute de la interpretación y el conocimiento de diversos instrumentos de cuerda, aire y percusión. Se desarrollan, además, distintos estilos musicales en los que se expresa el contenido de las reflexiones grupales.

***Taller de Comunicación***

Tiene como objetivo promover el Derecho a la Comunicación y la Participación de jóvenes. Con eje en el lenguaje radiofónico, se brinda capacitación para que los jóvenes se informen, opinen y produzcan sus propios mensajes a la comunidad. Es también un espacio de insumo para la comunicación institucional de la organización.

***Actividades Deportivo-Recreativas***

***Colonia de Vacaciones***

Las Colonias de invierno y verano buscan que los chicos aprovechen positivamente el tiempo libre durante las vacaciones. Está dirigida para niños en 6 y 12 años. Se proponen actividades para canalizar intereses y estimular el desarrollo de los niños, y juegos, para desarrollar la capacidad intelectual, la creatividad y la imaginación. También, se realizan salidas recreativas y culturales. Los niños disfrutan de juegos, kermesse, espectáculos, talleres y artesanías.

***Espacio de Juego***

A través de un espacio recreativo se favorece el desarrollo armónico de los niños, contemplando las diferentes dimensiones y permitiendo expresar deseos, temores e intereses. Están divididos por edades, cada grupo genera una identidad grupal, lazos de pertenencia y apropiación del espacio. Cuenta con actividades lúdicas regladas y libres, y actividades plásticas.

***Clases de Yoga***

Es un espacio para fomentar el bienestar psicofísico y contribuir a conservar y mejorar la salud en personas adultas. De esta manera se busca promover hábitos con los que canalizar el ocio y contribuir a recuperar, conservar y mejorar la salud y la calidad de vida. Son encuentros semanales de aproximadamente una hora. Los ejercicios son de postura y técnicas de control, respiración y relajación.

***Club de Fútbol***

En los entrenamientos se trabajan ejes físicos, técnicos y tácticos, promoviendo el desarrollo de habilidades de fuerza y velocidad, coordinación y motricidad. Busca generar un ámbito de formación y contención para niños, adolescentes y jóvenes, donde puedan practicar actividades físicas y compartir e incorporar valores. Reúne a un promedio de 40 niños y 80 jóvenes con entrenamientos semanales y participación en torneos. A su vez, se desarrollan encuentros de Fútbol Callejero, realizando partidos amistosos con otras instituciones.

Nosotros pudimos observar una clase de “Futbol encuentro” es una actividad mixta para adolescentes con otro tipo de dinámica. El objetivo es promover el respeto y la integración de los y las participantes a través de la reflexión y el intercambio de opiniones después del juego.

***Club de Handball***

El equipo de Handball está compuesto por dos categorías, Pre-infantiles, Infantiles menores, cadetes y juveniles. Se llevan a cabo entrenamientos dos veces por semana y se participa de la Liga de Handball de San Miguel los días sábado, jugando más de 30 partidos al año. Además de fomentar valores de compañerismo y solidaridad, se acompaña el crecimiento psico-físico de las niñas trabajando aspectos físicos, técnicos y táctico-estratégicos propios de la disciplina.

***Taller para Adultos Mayores***

Tiene por objetivo ofrecer un espacio de socialización y pertenencia para la tercera edad. A través de actividades culturales, talleres de formación y una utilización positiva del tiempo libre, se busca evitar el aislamiento y facilitar la inclusión social y la autovaloración. Con una participación promedio de 35 personas, se llevan a cabo talleres de tejido, pintura sobre tela, costura y manualidades. También, se proyectan películas y se coordinan juegos al aire libre, clases de yoga y talleres de coro, alternados periódicamente con salidas recreativas y festejos.

**Marco Metodológico**

En la línea de técnicas cualitativas para adquirir información, utilizamos:

**Observación participativa-activa:** Aplicamos esta técnica para lograr un acercamiento a nuestro objeto de estudio a modo de centrarnos y comprender las significaciones sociales que atraviesan la organización, el ámbito donde se desarrolla y sus participantes. La observación realizada fue del tipo participativa, ya que nos adentramos en las actividades de la organización. Pudimos contemplar de cerca de sus integrantes, tanto internos como externos, actividades, conocer la historia de la fundación y qué representaciones tienen para la comunidad vecinal, la organización y su programa.

Otra de las técnicas que complementan nuestro trabajo son las entrevistas en profundidad, enfocándonos en los principales roles de la organización, su misión e imágenes a futuro, de modo que pudimos conseguir testimonios concretos de sus protagonistas desde coordinadores del área de comunicación, referentes hasta algunos vecinos. Las entrevistas realizadas fueron semi-estructuradas ya que se siguió una pauta de preguntas para los entrevistados en general pero dejando a su albedrío el tipo de respuestas, sin desviar de foco los objetivos de las preguntas.

También hemos aplicado observaciones del tipo global, ya que nos acercamos al objeto de estudio para conocerlo en su totalidad recorriendo su entorno, transitando sus calles y observando la cotidianeidad de sus vecinos. Una dimensión más global de la observación nos permitió conocer la historia de la organización, protagonistas, roles importantes, jerarquías y relación con la comunidad vecinal. Fue necesario acaparar varias dimensiones para poder obtener la mayor cantidad de información posible en relación a la organización trabajada en este proyecto.

Del mismo modo, hemos investigado varios documentos gráficos y digitales sobre EnAcción, construidos por sus propios actores. Estos documentos son fotos, revistas (nuevas y ediciones antiguas desde la creación del programa EnAcción en 1998) y gacetillas. Este material nos permitió indagar su historia y sus primeros protagonistas, así como también su evolución a través del tiempo respecto del espacio donde se desarrolla.

**Demandas inciales**

Advertimos cuatro problemas que hoy tiene la organización para que nosotros tengamos en cuenta y podamos trabajar con alguna de esas problemáticas:

● Trabajar sobre los modelos comunicacionales: el análisis de documentos, la construcción de la historia para reconstruir una identidad y memoria, como nos percibimos cómo nos perciben, analizar los diferentes momentos comunicación focalizando en las herramientas/canales.

● Campaña para sumar donantes con tarjeta de crédito

● Difundir las actividades Artístico-Culturales y las actividades Educativo-Formativa.

● Otro propuesto por nuestro equipo.

**Comunicación Externa**

En lo que respecta a la comunicación externa actualmente EnAcción cuenta con toda una batería de medios: posee sitio Web - **http://www.enaccion.org/** donde cuenta con un apartado de donaciones, donde participan muchas personas que quieren colaborar, a partir de las referencias y difusión que se hace de la organización y la ayuda que promueve. Tiene también presencia en redes sociales, su página de Facebook - **https://www.facebook.com/EnAccion/** se actuliza constantemente y es la red social que más utilizan y actualizan constantemente. Tienen Instagram y Twitter pero no las utilizan asiduamente. Por último cuenta con un correo electrónico personalizado - **info@enaccion.org**.

Las referencias de lo que se dice de la organización en internet, es positiva, tanto en su sitio Web cómo en Facebook, tienen muchos mensajes agradables. En el caso de Facebook, agradecimientos por la ayuda que brinda el programa. Hay una fuerte presencia de contenido audiovisual, sus imágenes son atractivas y hay una coherencia con respecto a al diseño de todo su material gráfico. Las marcas de agua de todas sus imágenes tiene el logo de EnAcción.

Cuenta con canal de Youtube donde suben videos de cada evento que realizan y de algunas actividades. Son videos de gran calidad y con un fuerte trabajo de edición.

**El Campito**

La construcción de este espacio permite resolver las necesidades inmediatas como contar con una cancha reglamentaria e instalaciones para que los equipos puedan jugar de local, pero fundamentalmente es el eje esencial para potenciar el desarrollo de la comunidad mediante el encuentro y la participación de los vecinos del barrio.

La entrada principal y el Salón de Usos Múltiples tienen un gran cartel con el logo de la organización. Las puertas del salón son de vidrio y están ploteadas también con el logo. Todo el predio está decorado con carteles, pizarrones, banderines y aparece en todo momento el nombre En Acción. Utilizan los colores rojo y amarillo que son los que representan a la organización. El predio tiene dos accesos que forman una especie de calle que conecta a una cuadra con la otra posibilitando que los vecinos se conecten.

**Logo/Imagen**

Paul Capriotti sostiene que cuando se elabora la identidad visual para una empresa, la construye en base a elementos significativos que se consideran como transmisores de las características de la empresa, en base a la experiencia y conocimientos. Así, se elabora un símbolo y/o un logotipo con unas cualidades específicas, elige unos colores y unas tipografías identificatorias y establece las reglas de su aplicación material.

Por otra parte, la construcción que hace quien mira la imagen material (el receptor), que hace una interpretación de la interpretación realizada por el diseñador. Los públicos interpretan, reconstruyen, los signos icónicos de una empresa a su manera, y pueden concordar o no con el diseñador. De allí la existencia de numerosos fracasos en la elaboración de la identidad visual de empresas, pues no siempre la interpretación del diseñador coincide con la de los públicos.

A partir de su logo, la organización busca una unidad de estilo particular, una identificación de la misma manera para poder diferenciarse del resto. En este caso la marca En Acción no necesita asegurar la calidad sino la diferencia. De esta manera la comunicación será distinta a las de otras organizaciones.

Su logo aparece en todos los productos comunicacionales de la organización (imágenes, folletos, cartelería, videos, remeras que identifican a los integrantes y voluntarios, sitio web).

En Acción se presenta como un sujeto más de la comunidad que acompaña a cada integrante en su proceso individual y grupal de crecimiento y desarrollo enfocándose en sus capacidades e intereses.

Los públicos en cuanto a la imagen corporativa tienen noción de la conducta que tiene la organización y conocen qué tipos de actividades y servicios brinda. En su estructura mental conocen como actúa la organización y como son los vínculos que se establecen.

**FODA**

Proponemos este tipo de análisis, para conocer la situación real en que se encuentra su organización y nos servirá para planear una estrategia de comunicación de futuro. Este tipo de estrategia permite reconocer quién es la competencia en el desarrollo de la actividad y detectar sus fortalezas y debilidades. Pero también es un análisis interno de la organización para detectar debilidades y fortalezas.

|  |  |
| --- | --- |
| VENTAJAS | DESVENTAJAS |
| FORTALEZAS | OPORTUNIDADES | DEBILIDADES | AMENAZAS |
| -Presencia de recursos humanos para elaboración de tareas y difusión de contenidos-Recursos económicospara poner en prácticamúltiples estrategias y actividades.-Fuerte inserciónlocal.-Conocimiento y experiencia por su trayectoria-Cuenta con ayudaeconómica por partedel Estado, la gente através de las tarjetasde crédito y tambiénempresas | -Muchas redes con otras organizaciones-Recursos para incorporar nuevos integrantes en el área de comunicación-Fuerte vínculo con las escuelas de las zonas. | -Debilidades externas al no difundir todas las actividades y darle prioridad a otras, por ejemplo los eventos tienen mayor importancia que las actividadesEl área de comunicación no tiene suficiente conocimiento de las actividades y no hay un acuerdo interno de la organización, a nuevas propuestas externas | -Al ser un programa,En Acción podríadesaparecer al igualque los demásprogramas que tenía lafundación Actuar hoy. Esta determinación corre por criterio de la propia organización. Se puede afirmar esto, ya que los miembros de la organización lo dicen desde antecedentes previos que han tenido.- Se debería esta “desaparición” debido a la insuficiente difusión de estas actividades se corre el riesgo de que se cancelen los cursos por la falta de públicoEl cambio de ubicación puede perjudicar la asistencia de la gente |

**OBJETIVO GENERAL**

***Analizar las estrategias de comunicación externa para evaluar la difusión de las actividades Educativo-Formativa, en particular la de Fútbol Integrado, que brinda la organización EnAcción.***

**Objetivos Específicos**

* Analizar el lugar que ocupa EnAcción en relación con la comunidad.
* Identificar las acciones que realiza el área de comunicación para difundir actividades.
* Indagar las representaciones que tienen los integrantes organización respecto a la organización y los servicios y actividades que brindan.
* Dar a conocer la actividad Futbol integrado

**Públicos**

Paul Capriotti denomina públicos al conjunto de personas con las que una organización tiene una relación o vínculo. También agrega que estas personas ocupan un status y desempeñan un rol determinado respecto de una organización. El autor realiza una clasificación sobre la estructura: públicos del entorno interno (los trabajadores), del entorno de trabajo (accionistas, clientes, proveedores, comunidades, etc) y públicos del entorno general (fuerzas político-legales, tecnológicas, económicas o socioculturales).

Capriotti aclara: “No todos los públicos con los que se relaciona la organización tienen la misma importancia, puesto que unos influyen más que otros en el funcionamiento y en el logro de los objetivos“. En cada situación particular podrá variar la preferencia en cuanto a los públicos, en función del impacto que pueda tener cada uno de ellos en la resolución positiva de la situación, siempre va a existir un público prioritario y otro secundario. Es por eso que la estructura de los públicos de una organización estará conformada por los que con ella establezcan una interacción y por la priorización de aquellos más importantes.

Nuestro equipo decidió trabajar con la actividad del fútbol integrado mixto que lleva a cabo EnAcción. Luego de planear y analizar nuestras estrategias de comunicación en virtud de esta situación particular, entendemos que nuestro público prioritario son las autoridades de las escuelas primarias y a través de ellos incrementar el número los niños y niñas de segundo ciclo Educación Primaria de cuarto, quinto y sexto grado. El público secundario son las familias de la comunidad educativa.

La autora Pascale Weil propone cuatro tipos de discursos que son utilizados por las organizaciones, el de soberanía, el de actividad, de vocación y de relación. En este caso, EnAcción se presenta como una organización social que se dedica a la promoción integral de adultos, jóvenes y niños a través de Programas de Desarrollo Comunitario. Claramente en esa oración podemos ver cómo se utiliza el discurso de la actividad, digo lo que hago y como lo hago, a lo que Weil llama “know how”. En este recurso se dice lo que la empresa u organización produce pero también cómo lo produce. Además podemos detectar otro de los discursos, en este caso el de vocación que se basa en el beneficio que la organización aporta a sus interlocutores, para quien lo hacen y para qué sirve, se busca que reconozcan su vocación.

**PROPUESTA DE TRABAJO**

1. **PROGRAMA DIFUSIÓN DE ACTIVIDADES**

Este programa tiene como objetivo desarrollar una estrategia de comunicación externa que promueva las actividades Educativo-Formativa (Fútbol Integrado) que ofrece la Organización. Dicha promoción será entre las escuelas vecinas del barrio, considerados como potenciales beneficiarios.

**PROYECTOS**

**a) Diseño del material de gráfico**

Con este proyecto se pretende materializar toda la información obtenida en el proyecto anterior para difundir eficazmente al Fútbol Integrado en las escuelas. Los responsables del diseño de dichos medios de comunicación serán: el Encargado del Área de Comunicación de la Organización, junto con la Diseñadora Gráfica.

Los recursos materiales a utilizar serán aquellos que se consideren necesarios para la realización de un bosquejo del material de difusión (cuadernos, lapiceras, lápices, etc.) y una computadora para que el diseñador gráfico realice en forma definitiva el diseño basado en el bosquejo del material. Como recurso económico para la realización de este segundo proyecto, se necesitará el dinero para pagarle la imprenta que materializará el diseño.

Se llevará a cabo en 4 semanas aproximadamente y en conjunto con la visita a las escuelas.

**ACTIVIDADES**

* + Reuniones para ponerse de acuerdo con el diseño del material entre el encargado del Área de Comunicación y la Diseñadora Gráfica.
	+ Diseño de folletos que contienen la información relevada por los Coordinadores del Fútbol Integrador.
	+ Contratación de los servicios de una imprenta para la materialización de los folletos.

**b)** **Visitar escuelas y organizar la información**

Este proyecto tiene como fin desarrollar entrevistas con los equipos directivos de las escuelas N° 23, N° 11 y N° 14. Estas instituciones ya tienen vínculo con la organización a través de los talleres de apoyo escolar.

En principio buscamos entablar un vínculo directo con las escuelas a través de estrategias interpersonales. El objetivo es capacitar a los referentes de los talleres para que se puedan acercar a las escuelas y contarles la propuesta en entrevistas cortas de 20 minutos aproximadamente con los directores de las escuelas. Allí se presentará la propuesta que estará destinada a niños y niñas de segundo ciclo de Educación Primaria (cuarto, quinto y sexto grado). En esta entrevista se invitará al personal directivo a un desayuno para conocer las instalaciones y conocer más de la propuesta.

Por otro lado es importante organizar la información del espacio Fútbol integrado para poder llevar a cabo el segundo proyecto de diseño del material de difusión dentro de las escuelas. La información reunida tendrá que revelar días y horarios de la actividad, descripción y duración, edades para participar e imágenes que refuercen esta descripción. .

Los responsables de este proyecto serán los Coordinadores Generales y los Coordinadores de Programas, ya que son ellos los conocedores de la totalidad de las actividades que se llevan a cabo y los que poseen la toma de decisiones al respecto.

Entre los recursos humanos disponibles, se necesitará principalmente del trabajo de recolección y del esfuerzo de los Coordinadores. No se requerirán recursos económicos, puesto que la Organización cuenta con varias computadoras para recolectar dicha información. Se harán reuniones previas a las charlas para decidir quiénes serán los encargados de visitar las escuelas, lo ideal sería que sea un coordinador y dos voluntarios. Estos encargados, como se mencionó anteriormente, conversarán con padres y madres, abuelos y abuelas de los chicos y chicas de la escuela, con el fin de promocionar y dar a conocer las actividades relacionadas al Taller de adultos de la organización.

**ACTIVIDADES**

* + Reunión entre Coordinadores Generales y Coordinadores de Programa con el fin de decidir cuál es la información correcta para utilizar dentro del aula.
	+ Relevamiento de la información seleccionada en las reuniones que se llevaron a cabo. Esta actividad tiene como finalidad ordenar los datos del Fútbol integrador para facilitar la tarea de diseño del material de difusión. Los responsables serán los Coordinadores Generales.
	+ Seleccionar cuales son las escuelas para poder visitar y tener un primer acercamiento con las autoridades para proponerles la propuesta de las entrevistas. Se recomienda en principio trabajar con 4 o 5 secundarias por escuela.
	+ Seleccionar quien serán los Coordinadores responsables de ir a las escuelas y los respectivos voluntarios.
	+ Preparar la agenda de reuniones
	+ Redactar la carta de presentación para los directivos de las respectivas escuelas para dar inicio al proceso burocrático para permitir el ingreso.
	+ Miembros de la organización EnAcción una vez logrado el primer contacto, se los invitará a un encuentro informal para conozcan la organización y la propuesta de la actividad. El encuentro se hará en el Salón de Usos Múltiples para compartir un desayuno.
	+ Organizar la carpeta de trabajo con el material necesario para dicha actividad

**c) Difusión del material gráfico**

Con este tercer proyecto se busca distribuir el material publicitario diseñado entre los alumnos de las escuelas, potenciales beneficiarios de la Organización. El equipo cree conveniente distribuir los folletos a la salida de la escuela para entregar algunos folletos a los padres, madres y/o familiares que esperan a sus hijos e hijas. La difusión llevará 4 semanas de relevamiento aproximadamente.

**ACTIVIDADES**

* + Capacitación de los voluntarios que promocionarán el Fútbol Integrado.

Los responsables de la actividad serán los Coordinadores Generales. Una mínima reunión previa para poder “vender” la actividad de forma adecuada.

* + Distribución del material entre los potenciales destinatarios.
	+ Los encargados de la distribución de los folletos serán los voluntarios que ya hayan sido capacitados, mientras el Coordinador brinda la charla.
	+ Un integrante del equipo del área de comunicación realizará la observación comunicacional no participativa.
	+ Dos jugadores (una chica y un chico) del espacio Fútbol Integrado realice freestyle (jueguitos) en la puerta de las escuelas.

**d) Evaluación y auditorías**

Para ver los resultados y el impacto de las estrategias comunicacionales, la organización realizará evaluaciones y auditorías de las actividades propuestas. En las misma se tendrán en cuenta la predisposición de los directivos, sí se logró concretar el desayuno con el recorrido a las instalaciones de la organización.

Estas están programadas una vez finalizadas las anteriores 3 etapas de los proyectos, como modo de cierre y análisis. Tendrá una duración y relevamiento de 4 semanas aproximadamente. A modo de conclusión, parte de la evaluación tendrá como objetivo analizar el porcentaje de asistencia de los directivos convocados.

Con respecto al programa 2, de diseño de material gráfico, se observará si la información que contiene es clara o no, si surgieron dudas o si hubo algo que no logró entenderse.

Cada referente luego de las entrevistas con cada director, deberá completar un cuestionario que permita registrar la predisposición por parte de los directivos.

En cuanto al programa 3, difusión de los folletos en las puertas de las escuelas, se realizará una observación situacional para evaluar la interacción e interés de los padres con respecto a la actividad. Precisar si el material fue requerido para ser presentado en otros lugares, si hubo consultas o si registraron posibles inscripciones.

**CONCLUSIONES**

Los proyectos y actividades planteadas son viables de realizar porque EnAcción cuenta por un lado, con los recursos materiales y físicos para realizar los desayunos de presentación, el diseño y compra de folletos. Por otro lado, porque cuenta con el recurso humano que son los miembros de la organización (Área de comunicación, coordinadores y voluntarios) que llevarían a cabo los proyectos.

El trabajo en general demuestra una adecuada coherencia en la elección de los marcos teórico y metodológico.

Consideramos que sería interesante revisar más profundamente las anotaciones realizadas en las observaciones no–participativas en la salida de las escuelas para ver si se puede detectar cuáles son los actores que están más interesados y que los mismos también colaboren en forma más abocada a la hora de promover el proyecto y a la organización misma.

Consideramos que se mantiene una línea para cada uno de los objetivos planteados por esto creemos que este proyecto resulta viable y sustentable.

Como última recomendación el equipo evaluador recomendamos que se revisen los tiempos de proyecto, ya que podrían ser más fructíferos si se reorganizaran los tiempos de acuerdo al calendario escolar.

**Bibliografía:**

* CAPRIOTTI, Paul. (2009). Branding corporativo. Fundamentos para la gestión estratégicade la Identidad corporativa. Santiago de Chile: Libros de la empresa. Introducción a lasegunda parte, pág. 131 a 135. Edición digital <http://www.pqs.pe/sites/default/files/archivos/2015/aprende-mas/06/sbello/brandingcorporativo.pdf>
* CAPRIOTTI, Paul. Planificación estratégica de la imagen corporativa. Ariel Comunicación, Barcelona (1999) pp. 35/5
* WEIL, Pascale. La comunicación global. Comunicación institucional y de gestión.Paidós,Barcelona, 1992, pp. 25/36; 71/87.