

Plan de Comunicación e imagen de la fundación menonita Q'eqchi' de Guatemala
“FUNDAMENO”
(Práctica Empresarial Dirigida -PED-)

Rafael Itzep Ixcoy

Lic. Edgar Uwaldo Caal (Asesor)
Licda. Nora Liliana Figueroa Hernández (Revisora)

Cobán, Julio de 2014



AUTORIDADES DE UNIVERSIDAD PANAMERICANA

M. Th. Mynor Augusto Herrera Lemus
Rector

Dra. Alba Aracely Rodríguez de González
Vice rectora Académica

M. A. César Augusto Custodio Cobar
Vice rector Administrativo

EMBA. Adolfo Noguera Bosque
Secretario General

AUTORIDADES FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

M.A. César Augusto Custodio Cobar
Decano

M.A. Ronaldo Antonio Girón
Vice Decano

Lic. Edgar Uwaldo Caal
Coordinador

**Terna Examinadora que práctica el examen general de la Práctica
Empresarial Dirigida**

Lic. Arturo Sánchez

Examinador (a)

Lic. Álvaro Alexander Pop Gutiérrez

Examinador (a)

Lic. Edgar Caal

Examinador (a)

Lic. Edgar Uwaldo Caal

Asesor (a)

Licda. Nora Liliana Figueroa Hernández

Revisor (a)



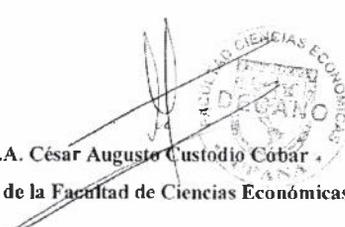
UNIVERSIDAD
PANAMERICANA

"Sapientia ante todo, adquire sapientia"

REF.:C.C.E.E.0061-2014

LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS.
GUATEMALA, 19 DE JUNIO DEL 2014
SEDE COBÁN, ALTA VERAPAZ

De acuerdo al dictamen rendido por el Licenciado Edgar Uwaldo Caal, tutor y Licenciada Nora Figueroa Hernández, revisora de la Práctica Empresarial Dirigida, proyecto -PED- titulada "Plan de comunicación e imagen de la Fundación Menonita Q'eqchi' de Guatemala, FUNDAMENO", Presentado por él (la) estudiante Rafael Itzep Ixcoy, y la aprobación del Examen Técnico Profesional, según consta en el Acta No.1031, de fecha 05 de Abril del 2014; AUTORIZA LA IMPRESIÓN, previo a conferirle el título de Administrador de Empresas, en el grado académico de Licenciado.


M.A. César Augusto Custodio Cobar

Decano de la Facultad de Ciencias Económicas.

Cobán, Alta Verapaz noviembre 30 de 2013

Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Licenciatura en Administración de Empresas
Universidad Panamericana
Guatemala, Guatemala.

Estimados Señores:

En relación a la tutoría de la Práctica Empresarial Dirigida –PED- del tema **“Plan de Comunicación e imagen de la Fundación Menonita Q’eqchi’ de Guatemala, FUNDAMENO”**, realizada por Rafael Itzep Ixcoy, estudiante de Licenciatura en Administración de Empresas, he procedido a la tutoría de la misma, observando que cumple con los requerimientos establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, considero que el informe cumple con los requisitos para ser sometido al Examen Técnico Profesional Privado (ETPP), por lo tanto doy el dictamen de aprobado al tema desarrollado en la Práctica Empresarial Dirigida, con una nota de noventa (90) de 100 puntos.

Al ofrecerse para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.



Lic. Edgar Uwaldo Caal
Tutor

Cobán Alta Verapaz, enero 30 de 2014

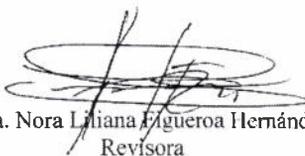
Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Licenciatura en Administración de Empresas
Universidad Panamericana
Guatemala, Guatemala.

Estimados Señores:

En relación a la revisión de la Práctica Empresarial Dirigida –PED- del tema **“Plan de comunicación e imagen de la Fundación Menonita Q’eqchi’ de Guatemala, FUNDAMENO”**, realizada por Rafael Itzep Ixcoy, estudiante de Licenciatura en Administración de Empresas, he procedido a la revisión de la misma, observando que cumple con los requerimientos establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, considero que el informe cumple con los requisitos para ser sometido al Examen Técnico Profesional Privado (ETPP), por lo tanto doy el dictamen de aprobado al tema desarrollado en la Práctica Empresarial Dirigida.

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.



Licda. Nora Lilliana Figueroa Hernández
Revisora



UNIVERSIDAD PANAMERICANA

"Sabiduría ante todo, adquiere sabiduría"

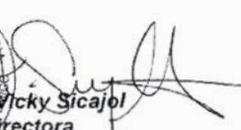
REGISTRO Y CONTROL ACADÉMICO

REF.: UPANA: RYCA: 961.2014

El infrascrito Secretario General EMBA, Adolfo Noguera Bosque y la Directora de Registro y Control Académico M.Sc. Vicky Sicajol, hacen constar que el estudiante **Rafael Itzep Ixcoy** con número de carné 201305960, aprobó con **86 puntos** el Examen Técnico Profesional, del Programa de Actualización y Cierre Académico - ACA- de la Licenciatura en Administración de Empresas, en la Facultad de Ciencias Económicas, el día cinco de abril del año dos mil catorce.

Para los usos que el interesado estime convenientes se extiende la presente en hoja membretada a los nueve días del mes de julio del año dos mil catorce.

Atentamente,


UNIVERSIDAD PANAMERICANA
DIRECTORA
M.Sc. Vicky Sicajol
Directora
Registro y Control Académico


UNIVERSIDAD PANAMERICANA
SECRETARIA GENERAL
Vo.Bo. EMBA, Adolfo Noguera Bosque
Secretaria General

Pamela R.
cc. Archivo

Dedicatoria

- A Dios** Por todo lo que me ha dado, desde mi vida, la salud, la misericordia, el perdón y la inteligencia; puesto que estoy consciente que todo viene de Él.
- A mi madre** Por la gran herencia que me ha dejado es la oración constante, la tenacidad ante las adversidades y un lucimiento de amor; gracias MAMA y que Dios te tenga en su gloria. (Q.D.E.P.)
- A mi familia** Rosario coy de Itzep, Ayely Yurleidis, Ander Didier Djokovic. Artemio, Diego, Elvira, Balbino, Zenaida y Especialmente a mi padre Mateo Itzep.
- A mis amigos** Vicente Ajxup, Marcos Ajanel, Melvin Quim, Erick Valiente, Marina Pacay, Antonio Guzmán, Maynor y Enma; y de Manera Especial a Rovi Alfaro.
- A mis padrinos** A ustedes por guillarme en el camino correcto de la vida tanto en lo académico, y de manera social y espiritual.

Contenido

Resumen	i
Introducción	iii
Capítulo 1	1
1.1 Antecedentes	1
1.1.2 Visión y Misión	2
1.2 Reseña Histórica	3
1.2.1 Crecimiento	3
1.2.2 Proyectos	5
1.2.3 Proyecto de desarrollo	5
1.2.3.1 Formación de líderes del sector femenino	5
1.3 Proyecto de educación	6
1.4 Marco jurídico	7
1.5 Aspectos de organización	7
1.6 Política de trabajo	8
1.6.1 Permiso	8
1.6.2 Evaluación del desempeño	8
1.6.3 Cronograma mensual de actividades	8
1.7 Estudios previos	8
1.8 Situación actual	9
1.9 Estructura organizacional	9
1.9.1 Asamblea general	9
1.9.2 Dirección de programas	11
1.9.3 Gerencia de apoyo a programas institucionales	11
1.9.4 Departamento de finanzas	12

1.9.5	Departamento de informática	12
1.9.6	Departamento de digitación	12
1.9.7	Organigrama general de la fundación	13
1.10	Análisis FODA	14
1.11	Diagrama espina de pescado o causa-efecto.	16
Capítulo 2		17
2.1	Marco teórico	17
2.2	Plan	17
2.2.1	Planeación	17
2.3	Tipos de planes	18
2.3.1	Operación militar	18
2.3.2	Operación policial	18
2.3.3	Propuesta o proyecto político	18
2.3.4	Plan de pensiones	19
2.3.5	Plan urbanístico	19
2.3.6	Plan de estudios	19
2.3.7	Plan de negocio	19
2.3.8	Plan estratégico	19
2.3.9	Plan operativo	19
2.3.10	Plan de marketing	19
2.4	Comunicación	20
2.4.1	Usos de la comunicación	20
2.4.2	Código	20
2.4.3	Canal	20

2.4.4	Emisor	21
2.4.5	El Receptor	21
2.4.6	Mensaje	21
2.4.7	Contexto	21
2.5	El objetivo de la comunicación	22
2.5.1	Proceso de la comunicación	22
2.5.2	Comunicación externa	22
2.6	Comunicación interna	23
2.7	Barreras de la comunicación	25
2.8	De la comunicación oral a la escritura	25
2.9	Imagen institucional	26
2.9.1	Imagen corporativa y responsabilidad social empresarial	27
2.9.2	Componentes de la imagen corporativa	27
2.10	Creación de un nombre	28
2.11	Política de comunicación interna	29
	Capítulo 3	30
3.1	Planteamiento del problema	30
3.2	Pregunta de investigación	30
3.3	Objetivo	30
3.3.1	Objetivo general	30
3.3.2	Objetivos específicos.	31
3.4	Alcances y límites	31
3.4.1	Alcances	31
3.4.2	Límites	31

3.6	Metodología aplicada a la práctica	32
3.6.1	Tipo de investigación	32
3.6.2	Sujetos	32
3.6.3	Instrumentos de investigación	33
3.6.3.1.	Observación	34
3.6.3.2	Entrevista	34
3.6.3.3	Cuestionario	34
3.6.4	Procedimiento	34
Capítulo 4		37
4.1	Resultados	37
4.1.1	Resultados de las entrevistas	37
4.1.2	Resultados de los cuestionarios	39
4.1.3	Resultados de la observación	45
Capítulo 5		46
5.1	Análisis de resultados	46
5.1.1	Análisis de resultados de las entrevistas	46
5.1.2	Análisis de resultados de los cuestionarios	46
5.1.3	Análisis de resultados de la observación	46
Conclusión		47
Capítulo 6		48
Propuesta		48
Justificación		48
Objetivos		48
Objetivo General		48

Objetivos específicos	49
Análisis de información	49
Estrategia de comunicación	49
Serán objeto de análisis en la comunicación interna	50
Canales y actividades a utilizar	50
Reuniones de grupos	50
Reuniones individuales	50
Publicaciones internas	50
Circulares internas	50
Vitrina o tablero de anuncios	51
Carteles	51
Videos	51
Encuestas	51
Buzón de sugerencias	51
Correo electrónico	52
Página web o internet	52
Intranet	52
Comunicación externa	53
Proceso de comunicación externa	53
Canales de comunicación externa	53
Usuarios externos	54
Comunicación del riesgo	54
Plan de comunicación	56
Políticas	56

El análisis	56
Planificación	56
Evaluación	56
Finalidad y políticas de comunicación	57
Modelo de página web	62
Diseño de trifoliales	65
Cotizaciones	66
Resumen de propuesta de proyecto	71
Resumen de proyecto vrs costo beneficio	72
Cronograma de actividades	73
Referencias Bibliográficas	74
Anexos	75

Contenido de tablas

Tabla No 1	Organigrama general de la fundación	13
Tabla No 2	Análisis FODA	14
Tabla No 3	Ventajas de la comunicación interna	24
Tabla No 4	Proceso de comunicación	25
Tabla No 5	Tabla de resultado	32
Tabla No 6	Resultado de encuesta plan de marketing	39
Tabla No 7	Resultado de encuesta sobre periodicidad de reuniones	40
Tabla No 8	Resultado de encuesta sobre necesidad de difundir los proyectos	41
Tabla No 9	Resultado de encuesta en la dificultad de obtener apoyo	42
Tabla No 10	Resultado de encuesta sobre medios de conocer avances	43
Tabla No 11	Resultado de encuesta sobre la creación de una página web	44
Tabla No 12	Finalidad y estrategia de comunicación	57
Tabla No 13	Resumen de propuesta de proyecto	71
Tabla No 14	Resumen de proyecto vrs costo beneficio	72
Tabla No 15	Cronograma de actividades	73

Contenido de Ilustraciones

No. 1	Vista frontal de la sede central de la fundación	1
No. 2	Ilustración de paz y esperanza.	2
No. 3	Ilustración fe y amor	2
No. 4	Ilustración de madre beneficiada	3
No.5	Ilustración logo de Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social	4
No. 6	Ilustración proyecto de desarrollo	5
No. 7	Ilustración mujeres en acción	6

No. 8 Ilustración de alumnos en clase	6
No. 9 Ilustración sistema informática	12
No. 10 Diagrama causa-efecto o espina de pescado	16
No. 11 Ilustración de la planificación	18
No. 12 Ilustración sistema de comunicación	21
No. 13 Ilustración sistema de comunicación interna	24
No. 14 Ilustración de una imagen institucional	26
No. 16 Modelo de página web	62
No. 17 Modelo de un trifoliar	65

Contenido de gráficas

No 1 Gráfica plan de marketing	39
No 2 Gráfica periodicidad de reuniones	40
No 3 Gráfica de la necesidad de difundir los proyectos	41
No 4 Gráfica de dificultad de apoyo	42
No 5 Gráfica de medio o forma de conocer avances	43
No 6 Gráfica de la creación de una página web	44

Contenido de anexos

No. 1 Formato de cuestionario utilizado	76
No. 2 Fotocopias de documentos legales de la fundación	84
No. 3 Constancia de la Práctica.	110

Resumen

Las Organizaciones No Gubernamentales son entidades de carácter civil, entendido como el derecho y disposición de participar en una comunidad, y que dentro de la estructura organizacional se toman en cuenta a personas expertas de las situaciones regionales, a través de la acción autorregulada, inclusiva, pacífica y responsable, con el objeto de optimizar el bienestar público, y que poseen la capacidad de adquirir y entablar relaciones con organismos nacionales e internacionales, estas organizaciones se caracterizan según la adopción de los diferentes estatutos legales que se rigen bajo el Artículo 242 de la Constitución Política de la República de Guatemala y según el Decreto 02-2003 de la Ley de Organizaciones No Gubernamentales para el desarrollo, denominándose como Asociación, Fundación, Corporación o Cooperativas.

Es importante mencionar que la mayoría de las entidades actualizadas cuentan con un plan de comunicación que es similar a un plan de marketing en una empresa de carácter lucrativa. En la fundación sujeto de estudio no se cuenta con un plan por lo que dificulta las relaciones con el medioambiente en donde se relaciona, debido a esto se presenta mucho tiempo en hacer llegar las informaciones a los interesados.

En el capítulo número uno, se realizó la investigación necesaria detectando una problemática en el sistema de comunicación interna y externa dentro de la fundación menonita Q'eqchi' de Guatemala -FUNDAMENO- ubicada en San Pedro Carchá, Alta Verapaz. Previo a esto en el desarrollo del capítulo se detallan los antecedentes de la entidad, así como análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (Foda) para determinar la situación, observando que la fundación tiene fortalezas y oportunidades que le aportan potencial para su crecimiento; también se observó las debilidades en el sistema de comunicación interna y externa. Se presenta el organigrama y se describen las funciones de cada puesto de trabajo y las actividades que realizan el personal de apoyo, que están directamente involucrados en el proceso general de trabajo. La investigación se inició basada en la problemática de entablar una fluidez de comunicación en el área de incidencia de la fundación.

En el capítulo número dos se incluyen la información teórica de importancia para el caso en estudio, tales como el plan, la comunicación y la imagen institucional de la fundación.

El capítulo número tres incluye el planteamiento del problema basado en proceso de comunicación institucional de la fundación y la imagen de la misma ante el público y los colaboradores de la fundación, analizando los objetivos de la presente investigación, la pregunta de investigación, los sujetos de la investigación y la metodología aplicada al proceso de investigación.

En el capítulo número cuatro, se presentan los resultados de la investigación. Entrevista realizadas al administrador, personal de apoyo en las áreas de administración, asimismo, se utilizó un cuestionario para cada jefe de departamentos y las coordinadoras técnicas de proyectos para conocer sus inquietudes sobre el tema. Al finalizar se obtuvo la información necesaria para su posterior análisis.

En el capítulo cinco, se analizan los resultados obtenidos de las entrevistas y cuestionarios realizados, enfocados a determinar las causas de la debilidad en el proceso de comunicación. La necesidad de fortalecer esta área mediante un plan en donde se determina el objetivo de la comunicación y la imagen de la entidad y por su puesto la opinión de los sujetos de estudio.

Esta propuesta consiste en elaborar un plan de comunicación e imagen de la fundación menonita Q'eqchi' de Guatemala (FUNDAMENO) de San Pedro Carchá, Alta Verapaz, con su implementación se espera lograr que la problemática detectada en el sistema de comunicación pueda ser eliminada.

Introducción

La fundación menonita Q'eqchi' de Guatemala -FUNDAMENO- ubicada en San Pedro Carchá, Alta Verapaz; es una entidad no gubernamental que se dedica a la ejecución de proyectos de educación, de desarrollo y salud; sin embargo no cuenta con un plan de comunicación e imagen que le permita el desarrollo adecuado del proceso de la comunicación interna y externa en las áreas de incidencia. Por tal motivo la presente práctica empresarial dirigida se centra en proponer una solución a la problemática localizada para evitar que la organización objeto de estudio se retrarde en las actualizaciones de información, asimismo no puede cumplir con las perspectivas de los donantes, las comunidades beneficiadas y la sociedad civil cuando demanden una información clara y concisa de las diferentes actividades y proyectos a cargo de la fundación.

El objeto principal de la investigación es determinar las causas que afectan el proceso de comunicación de tal manera que se logren convertir las debilidades de la organización en fortalezas, proporcionando herramienta que ayuden a facilitar la obtención de logros de la fundación mediante un plan estratégico de comunicación e imagen, debido a que sin la existencia del plan estratégico, la entidad no pueda proporcionar información actualizada a las comunidades beneficiadas, puesto que tiene como objetivo principal el apoyo en el proceso de desarrollo de las comunidades más necesitadas.

También la organización sin ánimo de lucro se actualizará tecnológicamente con la creación y diseño de una página web y otros medios que se utilizan como estrategia para mejorar el proceso interno de la fundación, de tal manera que la aplicación de la propuesta sugerida cumpla con los requerimientos de planificación y evaluación.

Capítulo 1

1.1 Antecedentes

Las Organizaciones No Gubernamentales (ONGs) son entidades de carácter civil, entendido como el derecho y disposición de participar en una comunidad, y que dentro de la estructura organizacional se toman en cuenta a personas expertas de las situaciones regionales, a través de la acción autorregulada, inclusiva, pacífica y responsable, con el objeto de optimizar el bienestar público, y que poseen la capacidad de adquirir y entablar relaciones con organismos nacionales e internacionales, estas organizaciones se caracterizan según la adopción de los diferentes estatutos legales que se rigen, en lo que concierne a Guatemala, la misma se encuentra enmarcada en el Artículo 242 de la Constitución Política de la República de Guatemala y según el Decreto 02-2003 de la Ley de Organizaciones No Gubernamentales para el desarrollo, denominándose como Asociación, Fundación, Corporación o Cooperativas.

El desarrollo y crecimiento de las Organizaciones No Gubernamentales (ONGs) es uno de los fenómenos más significativos de los últimos años en el panorama de la cooperación internacional. Las más relevantes instituciones como lo son, el Banco Mundial, Unión Europea, Secretaría de Estado para la Cooperación Internacional y Países Iberoamericanos (SECIPI) comunidades autónomas, otros; han ido tejiendo estructuras de colaboración con las ONGs, ya sea cofinanciando sus proyectos o a través de la ayuda de las mismas ONG en proyectos desarrollados por los propios organismos internacionales.

Fundación Menonita Q'eqchi'

Ilustración No. 1

-FUNDAMENO-

Dirección: 9a. Calle 2-26,

Zona 2 San Pedro Carchá,

Alta Verapaz. Tel 7952-3053



Vista frotal de la sede central de la fundación

1.1.2 Visión y misión

Visión

Ser la organización cristiana que lleve esperanza y paz a los más necesitados, proporcionándoles óptima calidad de vida y desarrollo integral sostenible y sustentable.

Ilustración No.2



Ilustración de paz y esperanza.

Misión

Somos una organización cristiana, imagen de Dios, que materializamos nuestra fe a través de obra y palabra; para el desarrollo integral de las comunidades más necesitadas. Satisfacemos necesidades morales, espirituales y materiales para mejorar la calidad de vida en Guatemala.

Ilustración No. 3

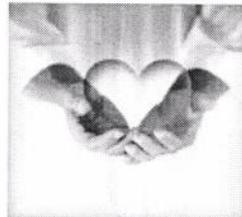


Ilustración fe y amor

La Presente fundación se inspira en móviles de solidaridad humana y, en consecuencia, sin que constituya una limitante para el desarrollo de otros, su objetivo fundamental es la prestación de los beneficios o servicios sociales.

Apoyar los procesos de desarrollo integral del área rural, fomentando la participación ciudadana, en los diferentes escenarios de gestión.

Dentro de sus acciones esta la orientación en la gestión y facilitar el desarrollo comunitario a través de la coordinación de procesos de planificación, programación, negociación y ejecución de actividades con información relevante.

Ilustración No. 4



Ilustración de madre beneficiada

Dentro de las actividades que realiza la asociación se encuentran: a) Educación en salud b) Educación para adultos (Alfabetización) c) Educación para niños (Secundaria en internado, se cuenta con estructura física para este servicio) d) Agricultura e) Facilitación de la tenencia de tierra (se cuenta con una finca) f) Participación comunitaria.

1.2 Reseña Histórica.

En 1975 un grupo de personas Q'eqchi'es, con el acompañamiento de dos misioneros iniciaron la proclamación del mensaje de Jesucristo a los habitantes indígenas de habla Q'eqchi' de la región de Alta Verapaz, y para entonces se había creado la Iglesia Menonita, sin embargo los misioneros no solo enseñaban la palabra de Dios sino también ofrecían algunos servicios como: Alfabetización, Consultas Médicas, asesoría en el cultivo de la tierra, crianza de cerdos y el aprovechamiento de otros recursos naturales.

1.2.1 Crecimiento

La población cristiana menonita Q'eqchi' fue creciendo, por lo que en abril de 1985 se vieron en la necesidad de constituirse legalmente como una persona jurídica y es entonces cuando surge la

Iglesia Nacional Evangélica Menonita Guatemalteca (INEMGUA) quien dio seguimiento a los servicios que se estaban prestando.

El 18 de septiembre de 1,997, los miembros de INEMGUA en Asamblea General extraordinaria acordaron, que por ser una institución con voluntad de mejorar las condiciones de vida de los sectores sociales más necesitados del país, específicamente de la región Norte, establecer una persona jurídica, como fundación y que esta sería una institución orientada al cumplimiento de los objetivos que se perseguirían.

Es así como el 19 de Septiembre de 1997 ante Notario se elaboró la escritura de constitución de la que es hoy Fundación Menonita Q'eqchi' de Guatemala -FUNDAMENO-, fue reconocida su personalidad jurídica y funcionamiento el 13 de abril de 1,998 según acuerdo ministerial número 134-98 quedando sujeta a la supervisión del estado. En 1,997 los fundadores y dirigentes de INEMGUA, en nombre de la iglesia, iniciaron la ejecución de un proyecto de letrinización con el Fondo de Inversión Social (FIS) y a principios de ese mismo año firmaron un convenio para la prestación de servicios básicos de salud con el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social (MSPAS), también crearon la Clínica Menonita con el propósito de firmar un convenio con el Programa de Accesibilidad de Medicamentos (PROAM), del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social (MSPAS)

Ilustración No. 5



Ilustración. Logo de Ministerio de Salud pública y Asistencia Social

1.2.2 Proyectos

Desde 1,997 se ha trabajado con la Prestación de servicios de salud en el Programa SIAS del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social (MSPAS). Con la firma de dos convenios en las Jurisdicción de Chisec y Carchá, en el año 2,001 se firmó un tercer convenio para la Administración de fondos de la jurisdicción de San Cristóbal así como también en el año 2004 en una reestructuración de jurisdicciones se firmaron 4 convenios más en el área de Alta Verapaz. Es así como se ha trabajado arduamente en la prestación de servicios de educación, salud, proyecto de desarrollo y formación de líderes en el sector femenino de la sociedad.

1.2.3 Proyecto de desarrollo

Este inició en el año 1,999 como respuesta a la carencia de tierras en Alta Verapaz, La Iglesia Menonita Q'eqchi' por medio de su fundación, compró un terreno de 4 caballerías en la aldea de Sehubub de San Pedro Carchá. El Propósito del proyecto es contribuir a la construcción de la paz y el desarrollo integral de un grupo de familias pobres de Alta Verapaz por medio de la "venta social" de tierras y la formación de una comunidad nueva, misma en donde FUNDAMENO está comprometido a trabajar en extensión agrícola, formación de cooperativas, salud comunitaria y el manejo de recursos naturales sostenibles.

Ilustración No 6



Ilustración, proyece desarrollo

1.2.3.1 Formación de líderes del sector femenino: El proyecto se realiza con la finalidad de formar en cada una de las congregaciones menonitas, líderes femeniles que ayuden en el crecimiento de la iglesia menonita y que compartan la misión con los varones.

Ilustración No. 7



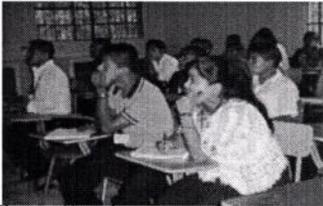
El título de cada líder femenil es: Trabajadora entre las Mujeres que en Q'eqchi' se traduce Aj K'anjel sa' xyankeb' li ixk'.

Ilustración, mujeres en acción

1.3 Proyecto de educación

Asimismo la Fundación cuenta con un Centro Educativo Menonita llamado Bezaleel, Un Instituto que funciona Plan Fin de Semana y un Programa de Alfabetización, ubicada en San Juan Chamelco y San Pedro Carchá; el objetivo de estos proyectos de enseñanza es contribuir con el Desarrollo Educativo de nuestra región. Actualmente el centro educativo de Bezaleel cuenta con 180 alumnos entre primero, segundo y tercero básico así como también en la carrera de perito contador, aparte de los cursos curriculares se les proporciona cursos vocacionales como lo son: tejeduría, Sastrería, albañilería, electricista, de los anteriores los alumnos escogen lo que más les guste, a parte se cuenta con un área agrícola en la cual se les enseña a cultivar productos no tradicionales de la región entre otros.

Ilustración No 8



Ilustración, alumnos en clases.

1.4 Marco jurídico.

FUNDAMENO, adoptó la forma legal de “fundación”, después de cumplir con todos los requisitos para su constitución y operación contenidos en la legislación guatemalteca, por lo que cuenta con:

- Escritura de constitución número 87, suscrita el 19 de septiembre de 1997, en San Pedro Carchá, departamento de Alta Verapaz. Inscrita en el libro de Personas Jurídicas del registro civil de la municipalidad de San Pedro Carchá, A.V, Acta No. 08-98, folio 57 libro 3 de Personas Jurídicas
- Acta Notarial de Nombramiento de representante legal suscrita el 19 de septiembre de 1997, y registrado en el libro de Representantes legales del Registro civil de San Pedro Carchá, en Acta No. 4-98, folio 17-18, del libro No 1 de representantes de personas jurídicas.
- Acuerdo ministerial No. 134-98 de fecha 13 de Abril de 1,998 donde consta la aprobación del funcionamiento y reconocimiento de la personalidad jurídica de la Fundación Menonita Q’eqchi’ de Guatemala.
- Constancia de inscripción al Registro tributario, donde se asignó el número de Identificación --- tributaria (NIT) 1722599-k.
- Resolución No. IRG- 0054 – 2001 de la Superintendencia de Administración Tributaria -SAT- donde se autoriza la inscripción de la fundación como persona exenta de impuestos.

1.5 Aspectos de organización

La fundación, cuenta con una estructura formal ya que muestra las áreas de actividad que componen la organización, esto permite a los miembros de la entidad visualizar su ubicación relativa a la misma, así como también facilita una mejor definición de la distribución de las responsabilidades en cada jurisdicción de trabajo.

1.6 Política de trabajo

Se ha establecido una jornada laboral de trabajo de lunes a viernes, de 8:00 AM a 05:00 PM, para el personal propiamente de oficina, para el personal que laboran en el campo es equivalente de 8 horas diarias, depende del lugar y la hora de inicio. Actualmente la fundación cuenta con un aproximado de 205 elementos trabajando en la fundación los cuales se dividen en: región de Alta Verapaz de 106 y Baja Verapaz de 99 colaboradores; entre personal administrativo, enfermeros, técnicos y otros.

1.6.1 Permiso

Todo trabajador o colaborador de los proyectos puede ausentarse en su labor por un día de permiso, deberá presentar solicitud por vía escrita con un día de anticipación, dirigido al director de programas con el respectivo visto bueno de las coordinadoras de programas, la solicitud deberá contener el detalle de la ausencia y la forma en compensar la misma si el caso lo amerita.

1.6.2 Evaluación del desempeño

Todo personal estará sujeto a una evaluación anual del desempeño, la cual será realizada por el jefe inmediato superior con el propósito de mejorar el desempeño y mejorar el nivel de capacidad del colaborador, para esto se ha establecido indicadores que demuestra el desempeño de cada trabajador en sus funciones asignadas.

1.6.3 Cronograma mensual de actividades

El personal técnico y administrativo deberá de elaborar un cronograma mensual de las actividades a realizar detallando el lugar, la fecha y la actividad programada para el siguiente mes de trabajo. Al final de cada mes de trabajo se redacta un informe narrativo de las actividades realizadas de acuerdo al cronograma.

1.7 Estudios Previos

Se ha llevado a cabo varios estudios sobre las fundaciones con diferentes enfoques, alguno de estos estudios es la tesis del Licenciado Luis Fernando Juárez Monroy, Necesidad de la

Creación de las Fundaciones de Interés Privado en Guatemala” (Universidad de San Carlos de Guatemala), en donde se habla de la necesidad de la creación de las fundaciones, su naturaleza jurídica, estructura y elementos de las fundaciones de interés privado y se estableció si es necesario su existencia en Guatemala.

Evaluación e informe sobre la estructura del control interno administrativo y contable de la Fundación Menonita Q’eqchi’ de Guatemala, Licenciado Obdulio Ottoniel León Pacay (Universidad Mariano Gálvez de Guatemala). En este documento se hace énfasis sobre el proceso de contabilidad de la fundación, al mismo tiempo la dirección administrativa se evalúa en una forma general, y también se puede mencionar otros documentos que hacen cita sobre el estudio de la fundación tanto en su ámbito económico como en los principales proyectos que ha ejecutado.

Por consiguiente se hace una minuciosa investigación sobre los principales temas que se ha trabajado dentro de la fundación pero por el contenido este es el primer trabajo que toma en cuenta el plan de comunicación aplicado a la organización sin fines de lucro.

1.8 Situación actual

Actualmente la fundación -FUNDAMENO- ha ejecutado varios Proyectos gracias al apoyo del Comité Central Menonita (CCM) y del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social (MSPAS) y muchos otros proyectos en ejecución.

La fundación cubre una población de: 180,000 habitantes de comunidades de las áreas de Alta Verapaz y Baja Verapaz, que cuentan con centros de convergencia con infraestructura física, los cuales se encuentran ubicados en comunidades en donde se tiene incidencia.

1.9 Estructura Organizacional

1.9.1 Asamblea general

Es la máxima autoridad de la fundación según la escritura de constitución número 87 cuyas principales cláusulas se transcriben a continuación:

“Octava: Órgano de Gobierno y Administración. El gobierno y administración de la fundación, en orden jerárquico, estará a cargo de los órganos siguientes. a) La asamblea o junta general de fundadores y benefactores, b) La junta directiva consejo directivo o directorio. Denominaciones que podrían emplearse indistintamente en el curso de la escritura de la fundación y en otros documentos relacionados a la fundación.

Décima quinta: Dirección Las sesiones serán dirigidas por el presidente del Consejo Directivo y en su defecto por el vicepresidente o por la persona que designe la Asamblea General.

Décima octava: El Consejo Directivo, Junta Directiva o Directorio: El consejo Directivo es el Órgano coordinador, Director y Ejecutor de la fundación.

Vigésima tercera: Atribuciones: son atribuciones del Consejo Directivo: a) Representar legalmente a la Fundación por medio del Presidente, quién podría delegar esta representación en cualquiera de los fundadores o cualquier otro de los miembros directivos del Consejo Directivo, o a quién ejerza funciones de Administrador Único o Gerente. Esta delegación deberá ser aprobada por el Consejo Directivo y, en todo caso deberá especificarse el lapso de duración de la misma o el asunto específico para el que se otorga, b) Cumplir y velar porque se cumplan las disposiciones de esta escritura, reglamentos y demás disposiciones que se dictaren por el Directorio o por la Junta General de Fundadores y Benefactores, c) Formular los planes de trabajo, labores y obras de trabajo d) Elaborar los reglamentos que fueren necesarios para la ejecución y aplicación de los fines y objetivos de la fundación, e) Nombrar el Personal Administrativo de la fundación; f) Elaborar el presupuesto anual de la Fundación, g) Acordar la concesión de los beneficios, servicios o prestaciones que constituyen el objetivo y fines de esta fundación a favor de las personas o grupos beneficiarios que llenaren los requisitos que estableciere el correspondiente reglamento, h) Acordar distinciones honoríficas a personas individuales o jurídicas que así lo ameritan por sus servicios de asistencia y bienestar social, i) Disponer la organización de sucursales, agencias, representaciones o de legaciones de la Fundación. j) Designar las comisiones o asesorías que estime conveniente. k) Autorizar gastos presupuestariamente imprevistos, de lo cual dará cuenta a la Junta General en su sesión más próxima; y l) Resolver sobre cualquier otro asunto que por su naturaleza no fuere conveniente postergar de la cual dará cuenta a la Junta General en su sesión más próximo.

Vigésima Cuarta: Del presidente: Son atribuciones específicas del Presidente del Consejo Directivo a) Ejercer la representación legal de la Fundación, en todos los actos y contratos en que la Fundación participe, con todas las facultades o no de un mandatario general con representación especial y judicial. Cuando se trate de vender, donar o disponer de cualquier otro modo de los bienes de la Fundación y siempre que fuere para los beneficios de la misma, Deberá tener la autorización previa del Consejo Directivo. En el orden judicial contará con las facultades especiales establecidas en la Ley del Organismo Judicial, b) Otorgar y revocar poderes especiales para asuntos determinados, c) Presidir las sesiones del Directorio y de la Junta General, y d) Autorizar las órdenes de pago y librar los cheques u otros documentos de créditos, o designar a otro de los miembros para que lo haga en su defecto.

Trigésima: Administrador único: El consejo Directivo podrá nombrar a un Administrador Único o Director Ejecutivo para la Fundación, con las atribuciones y facultades inherentes al cargo y las que el mismo le confiera con el personal de apoyo necesario. El nombrado tendrá a su cargo todo lo referente a la contratación, asignación de puesto y despido del personal. Así mismo podrá formar comités de apoyo para los diferentes programas, planes o proyectos con las atribuciones y facultades que el mismo le confiera, y con el personal de apoyo necesario.

1.9.2 Dirección de Programas.

Tiene la responsabilidad ejecutiva de las actividades realizadas por la Fundación, actuando por delegación expresa de la Junta directiva de la fundación de la Iglesia Evangélica Menonita de Guatemala.

1.9.3 Gerencia de apoyo a programas institucionales.

Junto con la Dirección Ejecutiva, esta gerencia facilita la vinculación institucional mediante la elaboración y posterior suscripción de convenios, cartas acuerdo y otros instrumentos legales que vinculan a la entidad con otros organismos públicos y privados. Tales vinculaciones tienen su origen en proyectos de fortalecimiento institucional, administrativo y cooperación técnica con fondos que aportan otros organismos, y que son administrados por la Fundación por cuenta y orden de ellos.

1.9.4. Departamento de Finanzas

Administra los fondos propios de la Fundación. Las demandas regionales son atendidas por las delegaciones de la fundación que, se encuentran distribuidas estratégicamente en los centros regionales de la fundación de toda el área de incidencia.

Desde la sede central se efectúa el control sobre el funcionamiento administrativo-contable de cada una de ellas, brindando asistencia y asesoría técnica.

Ilustración No.9



1.9.5 Departamento de informática.

Se utiliza para mantener en buen estado las máquinas y computadoras así como el sistema de internet y todo lo relacionado a la tecnología.

Ilustración Sistema informática

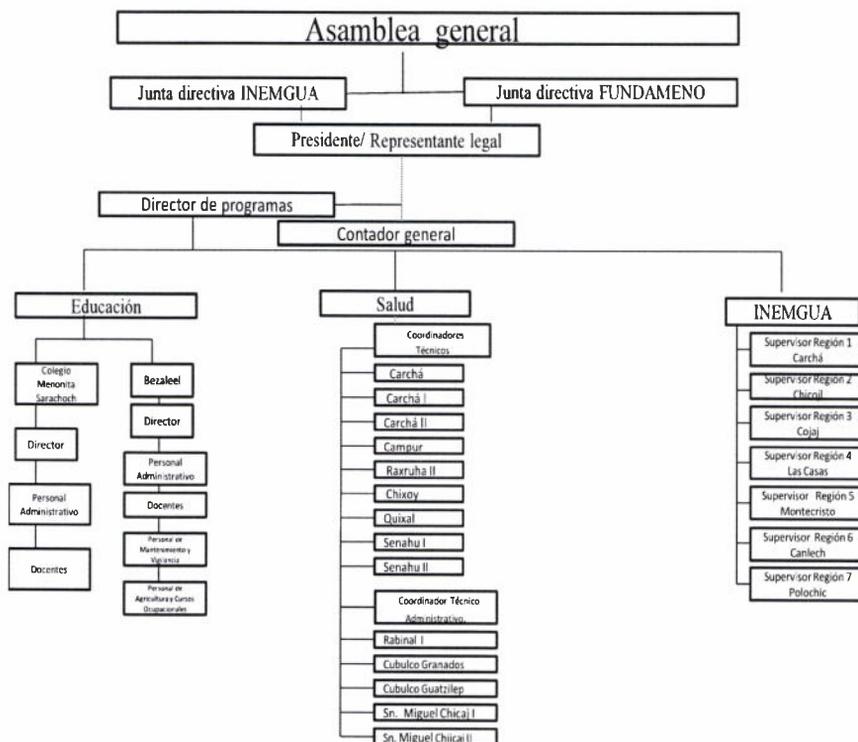
1.9.6 Departamento de digitalización.

Se encarga de ingresar datos de las fichas de consultas en forma digital cuyo trabajo se desarrolla exclusivamente en ingresar datos a las bases de datos establecidas, asimismo el encargado de la bodega de medicamento o bodeguero se encarga de registrar las entradas y salidas de medicamentos en los kardex, el encargado de la farmacia y el de la librería tienen sus funciones de atender las respectivas personas que desean adquirir algún producto, y por último el conserje que se encarga de la limpieza y mantenimiento del edificio y entre otras actividades.

1.9.7 Organigrama general de la fundación.

Organigrama de la Fundación menonita Q'eqchi' de Guatemala -FUNDAMENO-

Tabla No. 1



Fuente: Dirección Administrativa.

Significado de las siglas

INEMGUA. = Iglesia Nacional Evangélica Menonita Guatemalteca

FUNDAMENO= Fundación Menonita Q'eqchi' de Guatemala.

1.10. Análisis FODA

A continuación se presenta un análisis del ambiente interno (Debilidades- Fortalezas) y el ambiente externo (Amenazas - Oportunidades). Más conocido como FODA, de la Fundación Menonita Q'eqchi'. -FUNDAMENO-.

	Positivas	Negativas
Factores Externos no Controlables	Oportunidades (+)	Amenazas (-)
	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Asociatividad, afiliación y alianzas. ❖ Accesibilidad a proyectos ❖ Apoyo de otras organizaciones. ❖ Ofertas de capacitaciones ❖ Paz social en las areas de incidencias. ❖ Cambios políticos favorables ❖ Monitores constantes de las areas de Finanzas y técnicos. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Decisiones políticas no favorables ❖ Altos costos de combustibles ❖ Regulación bajo mando del estado ❖ Operación bajo mando del estado ❖ Posibilidades de cambiar las estrategias del estado con las Pres-tadoras de Servicios de Salud. ❖ Cambios constantes en los linea--mientos del Programa de Extensión de Cobertura (PEC).
Factores Internos Controlables	Fortalezas (+)	Debilidades (-)
	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Capacidad instalada. ❖ Capacitación constante al RH ❖ Diversidad de proyectos. ❖ Asambleas generales anualmente ❖ Inversión con responsabilidad ❖ Capaciad de gestión y ejecución. ❖ Innovación y creatividad. ❖ Estrategia de seguimiento y monitoreo ❖ Resultados positivos en proyectos ❖ Visión y misión bien definidos ❖ Buenas relaciones humanas ❖ Seguridad interna ❖ Responsabilidades claras ❖ Junta directiva con sentido social 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ No se cuenta con una clara direc--Ción estratégica. ❖ No se cuenta con los recursos finan--Cieros necesarios.. ❖ Deficiencia en los planes de mercadeo y publicidad ❖ No se cuenta con una página web. ❖ No se cuenta con un manual admi--nistrativo. ❖ Deficiencia en el siste--de comuncación e imagen interno y ex--terno.

Fuente: Elaboración propia

La fundación posee fortalezas muy importantes que hacen posible el desarrollo de muchos proyectos, sin embargo, podría aprovechar de una mejor forma sus fortalezas y ser más beneficioso con una corrección en sus debilidades y un mejor manejo de sus amenazas. En términos generales la fundación es una organización sólida y actualizada en todos los ámbitos.

1.11 Diagrama causa – efecto.

Este diagrama permite visualizar la raíz de la problemática y también demuestra las dificultades que puede provocarle a la entidad. El diagrama permite la toma de decisión del encargado del estudio de investigación.

Diagrama de Ishikawa o causa – efecto, también conocido como diagrama espina de pescado. Esta herramienta gráfica constituye un valioso auxiliar para visualizar, discutir, analizar y seleccionar las bases relevantes que conducen a un resultado determinado, un problema en este caso.

Aunque en su desarrollo y uso posterior se presenta en distintas variantes, el eje o espina principal del diagrama se entiende como el resultado o efecto más importante. Las espinas transversales representan las causas. Se puede comenzar con las llamadas. Nuevas espinas de menor jerarquía representan causas en el siguiente nivel.

En relación con la gestión de problemas, el efecto principal es el problema. Las causas se señalan en las espinas transversales en cada uno de los factores causales. La elaboración de este diagrama se facilita si antes se ha desarrollado la lista de causas y efectos.

Diagrama de causa y efecto

Fuente: Elaboración propia

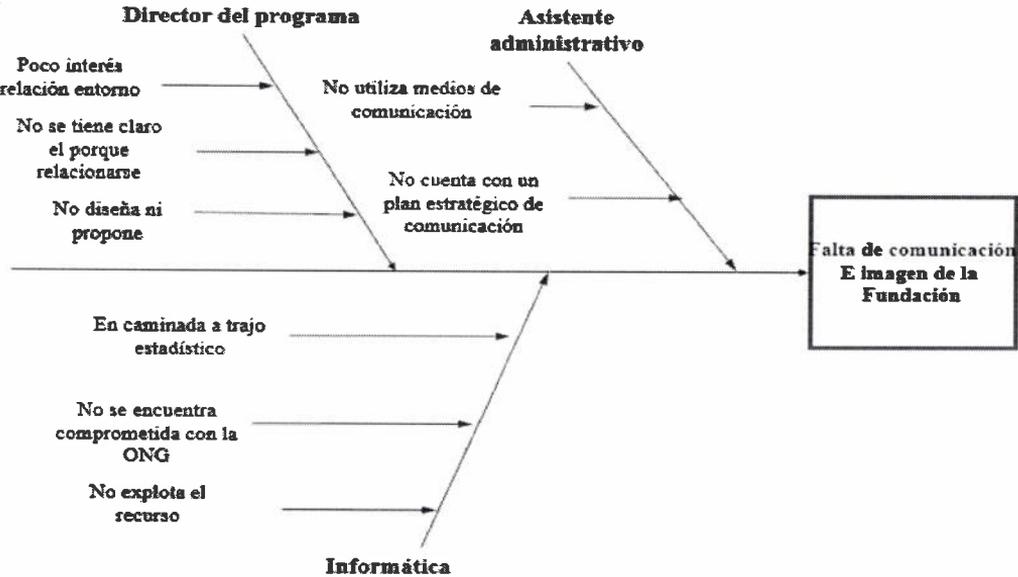


Ilustración No 10

Capítulo 2

2.1 Marco teórico

A continuación se fundamenta la teoría en base a las bibliografías relacionadas al tema y de acuerdo a otras investigaciones realizadas respecto a las fundaciones y los planes de marketing, aplicada a organizaciones con o sin fines de lucro.

2.2 Plan

“Esta palabra que ahora nos ocupa tiene su origen etimológico en el latín. Así, podemos saber que en concreto emana del vocablo latino *planus* que puede traducirse como “plano”.

Un plan es una intención o un proyecto. Se trata de un modelo sistemático que se elabora antes de realizar una acción, con el objetivo de dirigirla y encauzarla. En este sentido, un plan también es un escrito que precisa los detalles necesarios para realizar una obra”.

(Plan empresarial. Recuperado: <http://www.plan.wikipedia/empresarial>), 2013. 05:13)

2.2.1 Planeación:

Procedimiento que implique la selección de misiones y objetivos y de las acciones para llevar a cabo las primeras y alcanzar los segundos; requiere tomar decisiones, esto es elegir entre alternativas de futuros cursos de acción.

- Plan Estratégico: El proceso de crear y mantener una coherencia estratégica entre las metas y capacidades de la organización y sus oportunidades de marketing cambiante. Implica definir una misión clara para la empresa, establecer objetivos de apoyo, diseñar una cartera comercial sólida y coordinar estrategias funcionales. (Kotler-Armstrong, Marketing. 8ª. Edición, pag. 35)
- Un plan es una programación específica de la serie de actividades y recurso necesario para que se realice y se logra un objetivo determinado.

“Un plan suele referirse a un programa o procedimiento para conseguir un determinado objetivo, como por ejemplo:

Un plan de acción, un modelo sistemático que detalla qué tareas se deben llevar a cabo para alcanzar un objetivo, para lo cual se establecen metas y tiempos de ejecución. Plan de acción. Recuperado (<http://www.plan.wikipedia/empresarial>), 2013. 09:13)

2.3 Tipos de planes

2.3.1 Operación militar

(Por ejemplo, un plan de invasión) Cuando un ejército de un país decide realizar una operación de tipo militar lo hacen con la guía de un plan con objetivos bien definidos.

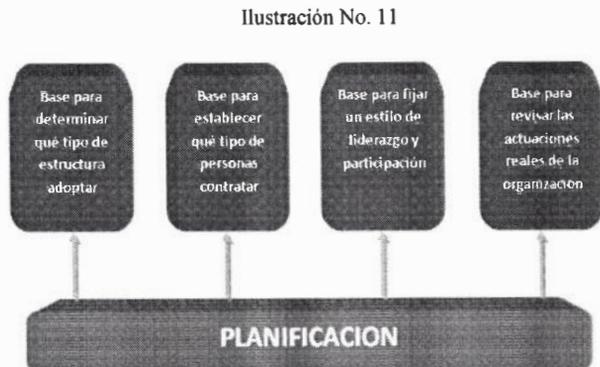


Ilustración de la planificación.

2.3.2 Operación policial

Cuando el cuerpo de policía de un país determinado efectúan un plan de acción con un objetivo bien claro y el tiempo necesario para poner en marcha lo planificado pudiendo ser que sea para un tiempo determinado o temporal.

2.3.3 Propuesta o proyecto político

Esto se basa en el plan de una agrupación política para un periodo de elecciones que se puede convertir en plan de país o plan municipal de acuerdo a muchos factores y las leyes vigentes.

2.3.4 Plan de pensiones

Método de ahorro. Muchas familias deciden tener un plan de ahorro mensual o anual para satisfacer una necesidad en el futuro como el estudio de los hijos y/o el periodo de vejez de los padres.

2.3.5 Plan urbanístico

Proyecto para la ordenación del terreno. Hay muchos planes que pretende construir un complejo habitacional o residenciales en ciertos sectores de un país o departamento, también las entidades gubernamentales tienen proyectos para el crecimiento urbano de un país.

2.3.6 Plan de estudios

Plan que se utiliza para llevar a cabo un proceso de estudio que se lleva a cabo durante un cierto tiempo con el fin de lograr un objetivo estudiantil ya sea graduándose o lograr obtener un diploma de habilidades técnicas.

2.3.7 Plan de negocio

Plan que se diseña para incursionar en un nuevo mercado o lanzar un nuevo producto y/o servicio de una empresa lucrativa.

2.3.8 Plan estratégico

Plan que contiene todas las estrategias que se definen para un periodo de corto o a largo plazo. Detallando las acciones a seguir para lograr de mejor manera los objetivos organizacionales.

2.3.9 Plan operativo

Plan anual de acciones bien claras para lograr el objetivo organizacional.

2.3.10 Plan de marketing

Plan de desarrollo y comercialización de un producto o servicio.

2.4 Comunicación

La comunicación es el proceso mediante el cual se puede transmitir información de una entidad a otra. Los procesos de comunicación son interacciones mediadas por signos entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio de signos y tienen unas reglas semióticas comunes.

Tradicionalmente, la comunicación se ha definido como "el intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información mediante habla, escritura u otro tipo de señales". Todas las formas de comunicación requieren un emisor, un mensaje y un receptor destinado, pero el receptor no necesita estar presente ni consciente del intento comunicativo por parte del emisor para que el acto de comunicación se realice. En el proceso comunicativo, la información es incluida por el emisor en un paquete y canalizada hacia el receptor a través del medio. Una vez recibido, el receptor decodifica el mensaje y proporciona una respuesta.

2.4.1 Usos de la comunicación

El funcionamiento de las sociedades humanas es posible gracias a la comunicación. Esta consiste en el intercambio de mensajes entre los individuos.

Desde un punto de vista técnico se entiende por comunicación el hecho que un determinado mensaje originado en el punto A llegue a otro punto determinado B, distante del anterior en el espacio o en el tiempo. La comunicación implica la transmisión de una determinada información. La información como la comunicación supone un proceso; los elementos que aparecen en el mismo son:

2.4.2 Código. El código es un sistema de signos y reglas para combinarlos, que por un lado es arbitrario y por otra parte debe de estar organizado de antemano.

2.4.3 Canal. El proceso de comunicación que emplea ese código precisa de un canal para la transmisión de las señales. El Canal es el medio físico a través del cual se transmite la comunicación.

Ilustración No. 12

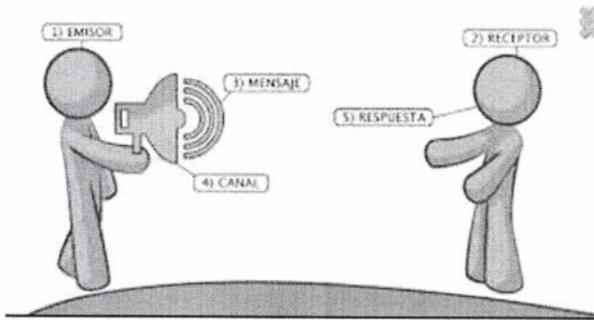


Ilustración Sistema de comunicación.

Ej.: El aire en el caso de la voz y en el caso de la televisión. La radiocomunicación es un sistema de telecomunicación que se realiza a través de ondas de radio.

2.4.4 Emisor. Es la persona que se encarga de transmitir el mensaje. Esta persona elige y selecciona los signos que le convienen, realiza un proceso de codificación; codifica el mensaje.

2.4.5 El Receptor. Será aquella persona a quien va dirigida la comunicación; realiza un proceso inverso al del emisor, ya que descifra e interpreta los signos elegidos por el emisor; es decir, decodifica el mensaje.

2.4.6 Mensajes. Naturalmente tiene que haber algo que comunicar, un contenido y un proceso que con sus aspectos previos y sus consecuencias motive el Mensaje.

2.4.7 Contexto. Las circunstancias que rodean un hecho de comunicación se denominan Contexto situacional (situación), es el contexto en que se transmite el mensaje y que contribuye a su significado. ([Http://www.comunicacion.wikipedia/empresarial](http://www.comunicacion.wikipedia/empresarial), 08 agosto de 2013. 05: 15). Otras definiciones de comunicación: “La comunicación es la transferencia de información de un emisor a un receptor, el cual debe estar en condiciones de comprenderla”. (Koontz y Wehrich; Administración Una Perspectiva Global. 12a Edición. Pag. 594).

2.5 El objetivo de la comunicación. En su sentido más amplio, el objetivo de la comunicación en una empresa es suscitar un cambio, mover la acción para el bien de la compañía. La comunicación es esencial para el funcionamiento interno de las empresas porque integra las funciones administrativas. En particular, se necesita comunicación para 1) fijar y difundir las metas de la empresa, 2) trazar los planes para conseguirla, 3) organizar los recursos humanos y de otro tipo de manera más eficaz y eficiente, 4) elegir, desarrollar y evaluar a los miembros de la organización, 5) dirigir, orientar, motivar y crear un ambiente en el que las personas quieran dar su aportación, y 6) controlar el desempeño.

2.5.1 Proceso de la comunicación. Para decirlo llanamente el proceso de la comunicación involucra al emisor, la transmisión de un mensaje por medio de un canal seleccionado y al receptor.

2.5.2 Comunicación externa

Los problemas de las empresas, entidades o instituciones suelen determinarse por varios de los siguientes aspectos:

- Falta de liderazgo.
- Los lobbies externos son los que determinan el ritmo de los hechos de comunicación.
- Filtraciones de información al exterior.
- Relaciones difíciles con algunos medios de comunicación.
- El deficiente conocimiento espontáneo de la labor de la empresa, entidad o institución.
- Bajo conocimiento cualitativo de la gestión
- Problemas con la implantación territorial y con el envío de comunicados y notas de prensa que no obedecen a estrategia alguna, sino a labores de apagar crisis sin criterios globales, con el riesgo cierto de la comisión de errores estratégicos.
- Solapamiento de unos cargos por otros.
- La acción lícita o ilícita de competidores

Hernández Rodríguez, Ana J. Pág. 56 (2002)

2.6 Comunicación interna:

Debe establecerse un plan partiendo de una valoración realizada por consultores expertos, que determine las medidas a tomar para que en razonable plazo de seis meses en una primera ocasión cambien aspectos primordiales (en el caso de problemas) en las relaciones internas, siempre y cuando no se ajusten a un modelo predefinido de recursos humanos. Y es que la experiencia acumulada en docenas de grandes empresas y organismos públicos en España se garantiza que un plan de comunicación interna, o mejor, un plan global de recursos humanos mejoran la relación del profesional con su puesto de trabajo y tiende a la optimización de la productividad.

Lo aconsejable es realizar un estudio de comunicación interna realizado por un gabinete de marketing y redactar un Plan Sectorial de Comunicación Interna, a la vista de los resultados de ese estudio. Pero como primer paso, se podría solicitar una evaluación previa de cada servicio por su encargado o jefe. Hernández Rodríguez, Ana J. Pag. 68 (2002)

La comunicación es, además, un instrumento de cambio. El pensamiento estratégico lleva implícito un mensaje de cambio: la necesidad de adaptación al entorno cambiante en el que vive la organización. En este contexto, la comunicación interna permite la introducción, difusión, aceptación e interiorización de los nuevos valores y pautas de gestión que acompañan el desarrollo organizacional.

Por otro lado, uno de los objetivos que toda organización persigue es que sus trabajadores estén motivados, identificados con los objetivos organizacionales. Los trabajadores a su vez necesitan estar informados para sentirse parte activa de la organización y que la participación reciba el adecuado reconocimiento.

La buena gestión de la comunicación interna debe alcanzar un objetivo básico: cubrir las necesidades de comunicación que presentan los individuos o grupos que conforman la organización. Y en este sentido la comunicación es tan importante para los empleados como para la dirección.

Sistema de comunicación interna

Ilustración No. 13

Utilidad de la comunicación interna



Fuente: Llorens, F. J. (1996), Ilustración sistema de comunicación interna.

Tabla No. 3

Ventajas de la comunicación interna

DESTINATARIO	VENTAJAS
Organización	<ul style="list-style-type: none"> • Moviliza el potencial individual • Crea sentimientos de adhesión a la organización • Mejora los resultados • Optimiza los recursos • Facilita una política realista
Colaboradores, socios, colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibiliza. • Motiva. Crea adhesión. • Mejora la calidad de vida. • Asegura la formación. • Favorece el desarrollo. • Valora la escucha.

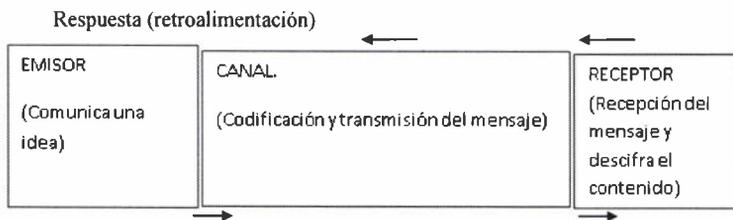
Fuente: Llorens, F. J. (1996). Ilustración ventajas de la comunicación interna

2.7 Barreras de la comunicación

La comunicación tiene muchas barreras que hace que la comunicación se distorsiona una de las principales barreras son los mismos códigos a utilizar si no están bien codificados puede que el receptor al descifrarlas le comunica otro mensaje diferente a lo que el emisor quiere comunicar, existen muchas otras barreras como el ruido, el ambiente, el momento el estado de ánimo, etc.

Tabla No. 4

Proceso de comunicación



Fuente: Elaboración Propia.

2.8 De la comunicación oral a la escritura

Existen en la actualidad, dos grandes teorías que intentan explicar cómo se dio el paso de una sociedad oral a una sociedad escrita.

La primera, denominada teoría de la gran línea divisoria, explica cómo las sociedades orales definen una mentalidad diferente e inferior a las sociedades en las que la escritura es la principal forma de comunicación. De esta manera creen que con la invención de la escritura, la humanidad ha dado un gran salto cualitativo muy importante, al dotarnos de procedimientos que son capaces de aumentar nuestras capacidades cognitivas. Con la escritura nuestro pensamiento se vuelve más reflexivo, más abstracto, más complejo y estructurado, y por ello la escritura crea una sociedad superior. La segunda teoría, conocida como teoría de la continuidad niega la superioridad de la escritura frente a la oralidad y defiende la idea de que ambos tipos de comunicación, oral y escrita, son medios lingüísticos equivalentes. En esencia, ambos derivados del lenguaje tienen



funciones similares, sin embargo se pueden especializar y por ello no existe una diferencia cognitiva.

La comunicación es el sistema medular de cualquier organización para dar a conocer su filosofía, sus objetivos, sus logros y todo lo que se puede dar a conocer a los interesados, no es de más decir que toda organización tiene un sistema de comunicación bien definido para llevar a cabo las actividades diarias.

2.9 Imagen institucional

Ilustración No. 14

Es un concepto relacionado de una forma muy estrecha con la cultura empresarial. La imagen corporativa o institucional debe ser consistente con el posicionamiento de producto de la compañía, de la línea de productos, o de la marca. Cualquier incongruencia entre la imagen corporativa total y las posiciones de las ofertas individuales del producto y/o servicios será confusa para los clientes potenciales y tenderá a reducir la rentabilidad.



Ilustración de una imagen institucional

Una buena imagen corporativa total se puede considerar como la suma de todas las imágenes asociadas a las posiciones individuales del producto de la compañía. El nombre corporativo y el logotipo deben también ser coherentes con la imagen corporativa general. Si se desea hacer una imagen corporativa como científico/técnico/innovador no se llamará a su compañía Sol Místico, ni utilizará un logotipo como el pavo real de la NBC. Asimismo ocurre con los temas publicitarios y con los socios de la distribución: también deben ser consistentes con su imagen corporativa total. Si, por ejemplo, se desea crear una imagen corporativa de lujo, no se deberá distribuir sus productos con Walmart ni utilizar canciones humorísticas en sus anuncios.

Una imagen corporativa acertada debe también ser creíble. Es decir, la imagen debe estar relativamente cerca de sus comportamientos reales para resultar creíbles.

2.9.1 Imagen corporativa y responsabilidad social empresarial

Una empresa tiene responsabilidades con la sociedad que van más allá de la mera producción y comercialización de bienes y servicios, sino que también implica el asumir compromisos con los grupos de interés para solucionar problemas de la sociedad.

Frecuentemente los consumidores son llevados hacia marcas y compañías consideradas por tener una buena reputación en áreas relacionadas con la responsabilidad social empresarial. Es por cierto entonces, una de las ventajas que trae la responsabilidad social corporativa, ya que también importa en su reputación entre la comunidad empresarial, incrementando así la habilidad de la empresa para atraer capital y asociados, y también con los empleados dentro de la empresa.

2.9.2 Componentes de la imagen corporativa

Una de las perspectivas más generalizadas es la de asociar la imagen corporativa a la marca del producto o servicio por lo que algunos autores consideran que se ha sobredimensionado la importancia de esta forma de la imagen corporativa a la que denominan imagen-ícono; sin embargo es importante recordar que existen otras dimensiones de la imagen de la organización como la imagen-ficción y la imagen-actitud.

No hay duda de la importancia de la imagen gráfica o la imagen ícono de la organización, ya que ésta hace posible un nivel básico pero esencial de reconocimiento por parte de los públicos reales y potenciales de la organización.

La imagen gráfica de la organización puede estar compuesta por uno o más elementos, que de manera conjunta o independiente todos cumplen una misma función, acentuar la gráfica y la solidez de la imagen corporativa, mediante la cual, los usuarios pueda reconocer quien factura el producto o servicio, por consiguiente determinar características y valores del mismo. Dentro de los elementos podemos encontrar los siguientes: Edificaciones, presentación de los productos,

Marca o nombre, Color, Personajes, Iconos, Música, Comunicación, Medios, Logotipo, Monograma, Eslogan, Emblema (insignia), Pictograma, Anagrama, Logograma.

Dentro de la imagen de una empresa también se incluye su Filosofía, Misión, Visión, Valores, Lealtad, Servicio, Integridad e Innovación.

2.10. Creación de un Nombre

El nombre es un factor primordial, se tiene una necesidad innata por denominar a todo lo que nos rodea, más que un signo de identificación es una dimensión esencial, proyecta la personalidad. Un elemento sin nombre es un elemento sin existencia real en nuestro espíritu, el nombre tiene una función lógica y una simbólica, sobre todo para sus funciones de identificación y de penetración en una audiencia, dar nombre a una entidad es fundamental pues la importancia reside en que él mismo es un elemento de intercomunicación para todos los miembros de una sociedad.

- **Métodos creativos Analogía:** surge a partir de la relación entre nombre y entidad.
- **Extrañeza:** factores de sorpresa, contraste, incoherencia o esnobismo (presunción). contrarios a los caracteres directos, analógicos o descriptivos.
- **Evocación:** Situación emotiva creada entre el producto, marca o empresa y sus atributos. Marcas de perfumaría o cosmética.
- **Idealización. Amplificación:** valoración superlativa. Nombres evocadores de gigantismo con miras a crear una imagen de alta potencia y universalidad. “Inter”; “Royal” o “Champions” **Confiabilidad:** sujetos encuadrados en el concepto del bien común. Importantes los factores de confianza y solvencia.

Imagen institucional. (Recuperado: <http://www.imagen.wikipedia/empresarial>, 2013/08/05. 05:13).

Para una creación perfecta, se necesita de un nombre perfecto. Los dueños de empresas se rompen la cabeza cuando intentan buscar el nombre adecuado para sus nuevas compañías. Y es que la importancia del nombre de una empresa es tal, que hasta es capaz de decidir el éxito o fracaso de la imagen y reconocimiento de la misma.

2.11 Política de comunicación interna

Política de empresa es el conjunto de acciones y decisiones de la dirección general que implican la determinación de lo que es y debe ser la utilidad, la organización y los recursos humanos y materiales de la empresa y a dónde se le quiere llevar, con sentido de futuro en términos de su situación frente a su entorno. El establecer objetivos, metas y políticas es dentro del campo específico de la política de empresa y, por tanto, el diseñar sistemas, estructuras y procesos coherentes es una labor inseparable de la dirección general.

La política de comunicación proporciona métodos formales e informales para hacer llegar información a diferentes niveles de toda una organización y tomar las decisiones adecuadas. La importancia de comunicar y de estar abiertas a la recepción de información es absolutamente dominante en la empresa moderna. Como siempre en el mundo empresarial, los procedimientos no son estándares.

La comunicación constituye la fuente de energía que mueve a la organización, información sobre la organización misma, sobre su entorno, sus productos y servicios y especialmente sobre las personas que la componen.

La clave de la política de comunicación interna es tener claro que el proceso de comunicación es complejo y delicado. El querer no es garantía del éxito, hay que ser capaz de comunicar y no confundir este proceso con el de suministrar información. Recuperado: http://books.google.com.gt/books?id=b_vdlizdTJAC&pg=PA94&dq=concepto+de+políticas+de+una+empresa&hl=es&sa=X&ei=hE7JUSe2HYTM2AXRmYGwBw&ved=0CDkQ6AEwAg#v=onepage&q=concepto%20de%20políticas%20de%20una%20empresa&f=false 07/11/2013 7:30

A.M.

Capítulo 3

3.1 Planteamiento del problema

La organización no gubernamental, Fundación Menonita Q'eqchi' de Guatemala, - FUNDAMENO- ubicada en el municipio de San Pedro Carchá, Alta Verapaz; ofrece a la población guatemalteca los servicios de salud, educación y capacitaciones sin fines de lucro, contribuyendo al desarrollo comunitario de la sociedad, sin embargo presenta como problemática la falta de un sistema de comunicación e imagen que le permita cumplir con las perspectivas de los donantes, las comunidades beneficiadas y la sociedad civil cuando demanden una información clara y concisa de las diferentes actividades y proyectos a cargo de la fundación objeto de estudio.

En base a los resultados de la investigación se determina la necesidad de implementar un plan de comunicación e imagen con el cual brindarán información actualizada a la población favorecida, aumentando la eficacia de la fundación, logrando con ello, el fortalecimiento y el buen desempeño interno, en base a objetivos y metas establecidas dentro de la planificación. Por tal motivo, se plantea la siguiente interrogante:

3.2 Pregunta de Investigación

¿Por qué es importante contar con un plan de comunicación e imagen dentro de la Fundación Menonita Q'eqchi' de Guatemala -FUNDAMENO- del municipio de San Pedro Carchá departamento de Alta Verapaz?

3.3. Objetivo

3.3.1 Objetivo general

“Elaborar un plan de comunicación e imagen para la Fundación Menonita Q'eqchi' de Guatemala “FUNDAMENO”; de San Pedro Carchá, Alta Verapaz.

3.3.2 Objetivos específicos.

- ❖ Establecer políticas, que permitan conocer las pautas en la comunicación e imagen.
- ❖ Brindar un plan de comunicación e imagen que permita responder inquietudes a futuro sobre informaciones de la fundación, al momento de poder realizar cualquier actividad interna y externa, permitiendo a la administración una herramienta de apoyo.
- ❖ Proporcionar una página web, que permita conocer la imagen de la Fundación Menonita Q'eqchi' de Guatemala "FUNDAMENO".
- ❖ Proporcionar diseño de tri-foliar que permita a los visitantes conocer a la fundación con información de la misma.

3.4 Alcances y Límites

3.4.1 Alcances

Gracias a la organización se tuvo acceso a las diferentes áreas, y documentos legales y documentos privados de la fundación, con el objetivo de ampliar el conocimiento sobre las actividades y servicios que presta a la población mayoritariamente Q'eqchi', y los convenios que se tiene con el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social (MSPAS) de Guatemala.

3.4.2 Límites

Los limitantes más relevantes de la presente investigación fueron:

- Los constantes cambios de conceptos que se tiene de las fundaciones y organizaciones civiles sin fines de lucro en Guatemala.
- La distancia que existe entre la cabecera departamental con el municipio de San Pedro Carchá, Alta Verapaz donde se ubica la fundación.
- La fundación cuenta con instalaciones amplias para realizar la evaluación integral en todas las áreas y maneja gran cantidad de información.

3.6 Metodología aplicada a la práctica

3.6.1 Tipo de investigación

La presente investigación es de tipo descriptiva, la que Hernández, Fernández y Baptista (2003: 119), definen como “aquella que busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice”; y a la vez responde a la pregunta del por qué se va a realizar la investigación; la ansiedad primordial radica en describir algunas características similares utilizando el cuestionario y una breve entrevista para sustentar de mejor forma la investigación.

3.6.2 Sujetos

Toda investigación se realiza sobre una entidad; sobre un ser existente ya sea en la sociedad, en la naturaleza inanimada o en la misma naturaleza viva.

Sujeto de investigación	Número de entrevista y/o cuestionario.	Instrumento Utilizado
Director de programa	1	Entrevista
Asistente administrative	1	Cuestionario
Contador general	1	Cuestionario
Coordinadoras de proyectos	1	Cuestionario
Jefe de informática	1	Cuestionario

En la investigación realizada en -FUNDAMENO-, se consideró de mucha importancia la opinión, experiencia y habilidad del personal al frente de dicha entidad por lo que se decide la participación del personal administrativo, ya que dichas personas han aportado mucho al presente informe, debido a que ellos están en las actividades de administración y coordinación de todas

las actividades que se realizan a diario en la fundación; asimismo se tomó en consideración al personal de contabilidad y al de sistema de informática ya que también ellos son los que domina la información necesaria para respaldar de mejor forma el contenido de la presente investigación.

Se incluyeron como sujetos de investigación:

- a) Director de programas (1) que tiene a su cargo la dirección, coordinación y administración general de la fundación, y la representación legal.
- b) Asistente de programas (1) que se ocupa de las actividades administrativas dentro de la fundación y ayuda a la dirección administrativa a lograr sus objetivos generales y específicos.
- c) El contador general (1) ya que tiene toda la información contable y financiera de la institución registrando todas las operaciones financieras que se realizan dentro de la fundación.
- d) Coordinadoras técnicas de proyectos (2) pues son las personas indicadas y conocedoras de la marcha y las ejecuciones de los proyectos en las diferentes jurisdicciones a su cargo.
- e) Al jefe del departamento de informática (1) dicha persona posee las habilidades para desarrollar un programa de comunicación institucional.

3.6.3 Instrumentos de investigación

El instrumento implementado en la recolección de datos, está constituido por una tarjeta técnica de indicadores presentes en los documentos a revisar, y estructurado en una serie de variables. Los instrumentos son los medios materiales que se emplean para recolectar y almacenar la información. En el caso particular de la presente investigación, los instrumentos de recolección de datos que fueron utilizados son:

3.6.3.1. Observación.

Mediante la presencia física del investigador se observa el desarrollo de las actividades diarias y toda la información que se pueda obtener de forma visual en las instalaciones de la fundación.

También significa el conjunto de sujetos observados, datos, temas observados y analizados por el investigador.

3.6.3.2 Entrevista

Es el proceso formal en el que un entrevistador competente formula a un sujeto preguntas semi-estructuradas en un encuentro personal de cara con los sujetos de investigación.

Se realizaron entrevistas utilizando como base guías semi-estructuradas enfocadas a las áreas en estudio. Dicha entrevista se realizó en especial al director de programas, haciéndole ver la forma de cómo se va a elaborar el plan de comunicación, el costo del mismo y todo lo que conlleva la implementación del plan. Las respuestas a estos cuestionamientos fueron positivas y no se presentaron inconformidades con el plan.

3.6.3.3 Cuestionario

Consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir. Debe ser congruente con el planteamiento del problema.

Se aplicaron cuestionarios previamente elaborados para obtener información por medio de preguntas abiertas y cerradas sobre las variables de la investigación.

3.6.4 Procedimiento

Se consideró la fundación menonita Q'eqchi' de Guatemala –FUNDAMENO- para la presente investigación de Práctica Empresarial Dirigida –PED-, por ser una organización social con potencial y de constante crecimiento que opera con la finalidad de ofrecer un buen servicio a los más necesitados.

Las principales áreas de la organización estudiada fueron: lo administrativo, el área de contabilidad, el de sistema de información y el área de coordinación de las diferentes actividades de proyectos. Y se analizó las diferentes actividades que permiten llevar al final de la cadena de valores el apoyo a los más necesitados por lo que es trascendente disponer de la información necesaria de todo.

Es oportuno mencionar que para la presente Práctica Empresarial Dirigida (PED) fue de mucha importancia seguir la metodología que proporciona Universidad Panamericana de Guatemala, la cual es un apoyo para el investigador y sobre todo un aporte de importancia para la Educación y sector empresarial e institucional, detallado de la manera siguiente:

- ❖ Visitas a la sede de la fundación para recabar información general de la organización para el contacto inicial.
- ❖ Entrevistas personales con el Director de programas y personal de la entidad objeto de estudio para conocer más de cerca las actividades que se desarrollan en la entidad.
- ❖ Investigación preliminar para detectar la problemática.
- ❖ Aplicación de instrumentación con temas generales relacionados a la fundación.
- ❖ Recopilación y análisis de información.
- ❖ Estructuración de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA).
- ❖ Selección del tema de investigación de acuerdo a resultado y hallazgos específicos.
- ❖ Planteamiento del problema, se formulan los objetivos y se determina la metodología, y aporte de la investigación requerida.
- ❖ Se elabora el marco teórico y fuentes de consulta necesarias. Como textos, códigos, internet, otros.
- ❖ Se define la introducción de la Práctica Empresarial Dirigida –PED–.
- ❖ Se estructura los instrumentos de investigación.
- ❖ Se validan los instrumentos.

- ❖ Se aplica la prueba piloto a sujetos de estudio.
- ❖ Se realiza correcciones a instrumentos de investigación según la prueba piloto.
- ❖ Se aplica cada instrumento a los sujetos de estudio.
- ❖ Se realiza el análisis a los resultados.
- ❖ Se presentan los resultados obtenidos.
- ❖ Elaboración del cuadro de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA).
- ❖ Análisis del contenido de cuadro elaborado.
- ❖ Se presenta informe de los resultados para su revisión.
- ❖ Se realiza las correcciones necesarias del informe
- ❖ Se imprime el informe final.

Capítulo 4

4.1 Resultados

Con el propósito de cumplir con los objetivos señalados sobre la evaluación a los procesos de comunicación a nivel interno y en el entorno externo de la fundación, que se ubica en el municipio de San Pedro Carchá, A.V. se realizó el trabajo de campo, obteniendo información de fuentes primarias con el apoyo de instrumentos como guías de la entrevista y cuestionarios, empleado a los sujetos de estudio conformados por el personal administrativo de la organización; los resultados se presentan a continuación:

4. 1.1 Resultados de las entrevistas

La entrevista se realizó específicamente con el director de programas en la oficina de la dirección administrativa de la entidad, a la cual accedió gustosamente dando la información requerida. La entrevista se formuló con una serie de preguntas semi estructurada tales como la priorización de las necesidades de la organización en la actualidad, así como el beneficio que obtiene la organización al tener un portal en la página web y algunas otras preguntas como las siguientes:

1. ¿Considera usted oportuno contar con un plan estratégico de comunicación e imagen que permita dar a conocer los proyectos de desarrollo que realiza la fundación en las áreas beneficiadas?

R/ En estos momentos si es oportuno ya que viene a beneficiar la fundación en el sentido de que cualquier persona que necesita saber más sobre la fundación pues únicamente le puede dar un clic en su computadora y ya tiene todo la información que le interesa.

2. ¿Qué tiempo considera usted que debe darle seguimiento o bien un monitoreo al momento de contar con un plan de comunicación e imagen?

R/ Si, es importante mantener actualizada la información que se mantenga en el portal ya que la mayoría de los que visitan las páginas de internet requieren de información actual y oportuna.

3. Que calificación le amerita la fundación si usted fuese el donante, y si el mismo en su entendido cuenta ya con una planificación estratégica de comunicación que permita informar de los avances en la ejecución de los proyectos.

R/ A mi parecer esto debe ser satisfactoria tener acceso a las informaciones en cualquier lugar y en el momento que se requiere la información por lo tanto diría que es una excelente idea lo del plan estratégico de comunicación de la fundación y que indica el poder mantener e incrementar la buena imagen institucional de la organización.

La entrevista se realizó específicamente al Director de programas pues es la persona idónea que tiene el conocimiento de la información que se necesitaba recabar.

Toda la información final se logró gracias a la colaboración del personal de la fundación, desde el director de programas, las coordinadoras de proyectos de las diferentes jurisdicciones, del personal técnico, de la junta directiva, de los y las asistentes de administración y el conserje, quien ha colaborado en proporcionar el espacio para trabajar.

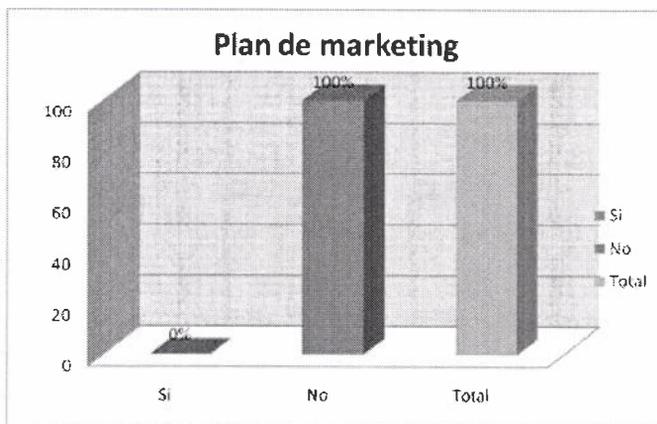
4.1.2 Resultados de los cuestionarios

1. ¿Existe un plan de marketing en la fundación, que permita medir la comunicación e imagen de la misma

Tabla No 6

Respuesta	No. De sujeto	Porcentaje
Si	0	0%
No	6	100%
Total	6	100%

Gráfica No. 01



Fuente: Elaboración propia

La mayoría de los encuestados respondieron que la fundación no cuenta con una plan bien definido de comunicación, actualmente se realizan las actividades de comunicación sin ningún proceso planificado que como organización solida debe de tener.

2 ¿Cuál es la periodicidad en la que realizan reuniones para conocer aspectos de comunicación e imagen en la fundación?

Tabla No 7

Respuesta	No. De sujeto	Porcentaje
Ninguna	4	67%
Anual	2	33%
Semestral	0	0%
Trimestral	0	0%
Total	6	100%

Gráfica No. 02



Fuente: Elaboración propia

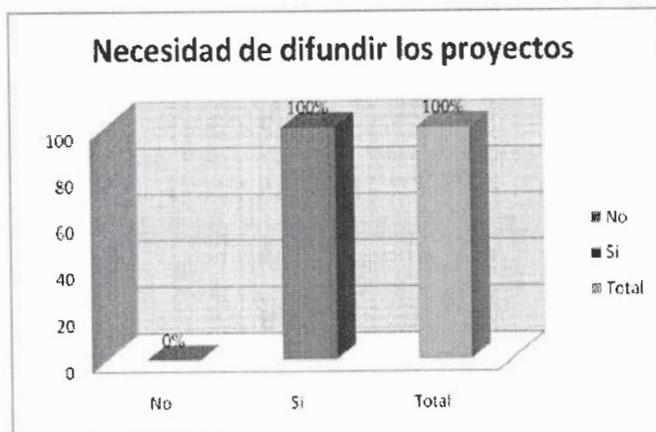
Un alto porcentaje de los que contestaron la encuesta manifestaron que en la fundación nunca se realizan reuniones para conocer aspectos de la comunicación, quizá se realizan reuniones de trabajo pero no se evalúa este proceso.

3 ¿Considera usted que es necesarios difundir los proyectos y demás actividades a través de un plan de comunicación e imagen a los beneficiados y donantes?

Tabla No 8

Respuesta	No. De sujeto	Porcentaje
Si	6	100%
No	0	0
Total	6	100%

Gráfica No. 03



Fuente: Elaboración propia

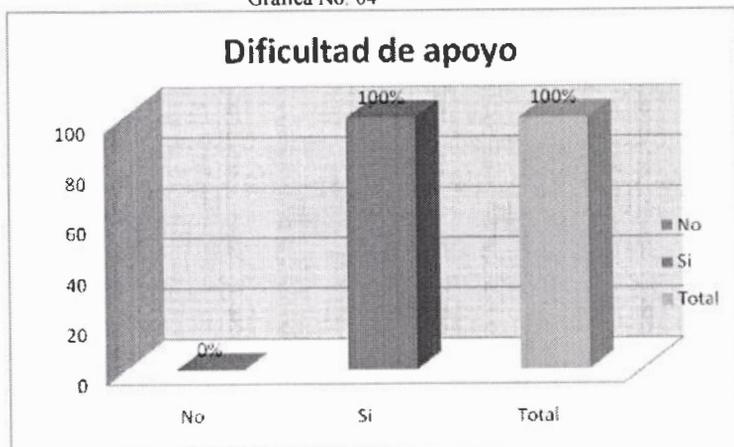
En base al porcentaje de respuestas se interpreta que todos los entrevistados coincidieron en que si es necesario difundir los proyectos y demás actividades de la fundación a todos los beneficiarios de los proyectos y también a los donantes, porque es necesario que estén bien informados de los avances.

4 ¿Ha tenido dificultad en justificar el posible apoyo de un donante hacia un proyecto, por no contar con un plan de comunicación e imagen en la fundación?

Tabla No 9

Respuesta	No. De sujeto	Porcentaje
No	0	0%
Si	6	100%
Total	6	100%

Gráfica No. 04



Fuente: Elaboración propia

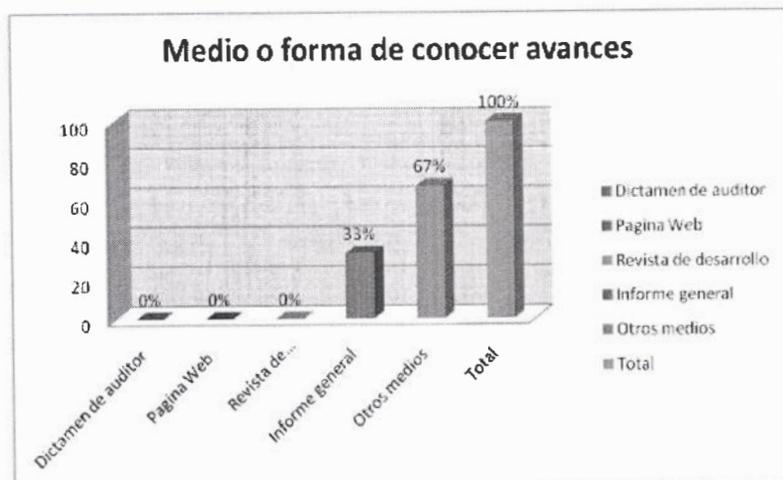
La mayoría de los encuestados contestaron que la fundación ha tenido dificultades por no contar con un plan de comunicación bien definido que facilita la fluidez del proceso de comunicación interna y externa de la entidad.

5 ¿Cuál es la forma en que se enteran los donantes de los avances en proyectos?

Tabla No 10

Respuesta	No. De sujeto	Porcentaje
Informe General	2	33%
Dictamen de auditor indept.	0	0
Pagina Web	0	0
Revista de desarrollo	0	0
Otros medios	4	67%
Total		100%

Gráfica No. 05



Fuente: Elaboración propia

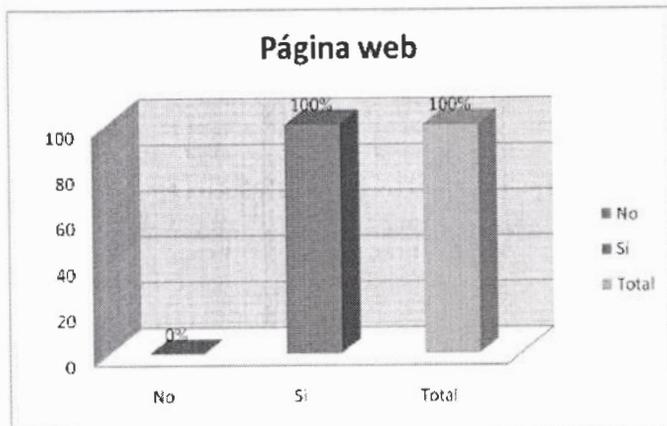
La mayoría de los encuestados han manifestado que no hay un medio indicado para informarse sobre los avances en la ejecución de los proyectos, coincidieron que dentro de la fundación las informaciones de los avances de proyectos se difunden en medios diferentes como el internet o medios escritos.

6- ¿Aprobaría usted la creación de una página web en internet para difundir información de la entidad?

Tabla No 11

Respuesta	No. De sujeto	Porcentaje
Si	6	100%
No	0	0
Total	6	100%

Gráfica No. 06



Fuente: Elaboración propia

La mayoría de los encuestados están de acuerdo con la creación de una página web en internet de la fundación que ayude a difundir todos los avances de los proyectos y demás actividades que se realizan en la fundación de una forma eficiente.

4.1.3 Resultados de la observación

Por observación, se realizó los siguientes hallazgos:

- ❖ La entidad cuenta con instalaciones aptas para la ejecución de las actividades diarias y tiene a disposición todos los servicios básicos.
- ❖ Cuenta con seguridad las 24 horas del día.
- ❖ Tiene acceso suficiente para las principales oficinas.
- ❖ Cuenta con todos los servicios básicos.
- ❖ Las actividades se realizan de acuerdo a los cronogramas de cada departamento.
- ❖ Cuenta con personal que brinda información sobre la fundación.
- ❖ Realiza evaluaciones de desempeño periódicamente.
- ❖ Existen suficientes programas de capacitación para todas las áreas.
- ❖ No existe un plan estratégico bien definido sobre las informaciones que se puedan dar a conocer a todos los interesados.
- ❖ Todo el personal demuestra mucho interés en colaborar al momento de requerir informaciones de su área de trabajo.

Capítulo 5

5.1 Análisis de resultados

En esta parte se plasma el resultado de la técnica de investigación que fue aplicada, tal es el caso de la entrevista, cuestionario y observación.

5.1.1 Análisis de resultados de las entrevistas

En virtud de la accesibilidad con que se obtuvo la información en la fundación seleccionada de estudio se concluye que sí es viable la implementación del plan de comunicación e imagen de la fundación -FUNDAMENO-; es importante también resaltar que es de suma importancia mantener informados a todos los interesados sobre la organización y los servicios que ofrece.

5.1.2 Análisis de resultados de los cuestionarios

La mayoría de los encuestados respondieron que la fundación no cuenta con un plan bien definido de comunicación e imagen; actualmente se realizan las actividades de comunicación sin ningún proceso planificado, que como organización sólida debe tener. También contestaron que la fundación ha tenido dificultades en apoyo por no contar con un plan de comunicación bien definido que facilita la fluidez del proceso de comunicación interna y externa de la entidad.

Por otra parte la mayoría están de acuerdo con la creación de una página web en internet y la elaboración de trífolios que ayude de mejor forma a difundir todos los avances de los proyectos y demás actividades que se realizan.

5.1.3 Análisis de resultados de la observación

De acuerdo a lo observado se plasma el análisis de cada factor que se tomó en cuenta durante el proceso de observación ya que la fundación goza con un gran prestigio ante la población en donde tiene incidencia y cuenta con muchos años de experiencia en la ejecución de los proyectos de salud, educación y acceso a la tierra. Por lo tanto se tiene por concluido que la organización tiene una buena imagen solo le falta la estrategia y un plan que guíe la organización en el proceso de comunicación dentro y fuera de la misma.

Conclusión

Se elaboró una propuesta de un plan de comunicación e imagen para uso de la Fundación Menonita Q'eqchi' de Guatemala "FUNDAMENO", de San Pedro Carchá, Alta Verapaz.

Se brindó un plan de comunicación e imagen que permitirá responder a futuro inquietudes sobre información de la fundación al momento de realizar cualquier actividad interna y externa convirtiéndose en una herramienta de apoyo para la administración.

Se propone la creación de una página web, que permita conocer la imagen de la Fundación Menonita Q'eqchi' de Guatemala "FUNDAMENO".

Se proporcionó el diseño de un tríptico que permitirá a los visitantes conocer la fundación y tener información de la misma.

Se presentó cotizaciones de medios que brindan publicidad para la mejora en la comunicación externa.

Capítulo 6

Propuesta

“Plan de comunicación e imagen de la Fundación Menonita Q’eqchi’ de Guatemala “FUNDAMENO”; de San Pedro Carchá, Alta Verapaz.

Justificación

Las entidades deben tener ventanas abiertas, relación con el entorno, para poder adaptarse a la realidad, obtener recursos, aprender y evolucionar.

Lo importante es que la relación con el entorno sea consciente y esté dirigida por la fundación según los intereses de la entidad, sin embargo no siempre comunicarse es adecuado, todo depende de la finalidad de la comunicación y lo que se quiera dar a conocer.

La importancia de contar con un plan de comunicación e imagen en “FUNDAMENO”; se encuentra encaminada a fortalecer y consolidar la finalidad de la entidad y el ámbito en el cual se trabaja, la relación que se tiene con otras entidades, sobre todo de aquellas de las que se depende o con las que se tienen alianzas.

De esta manera es que nace la necesidad de contar con un plan de comunicación e imagen en beneficio y mejora de la entidad objeto de estudio, con ello se espera lograr que la fundación elimine las debilidades en el proceso de comunicación interna y externa.

Objetivos

Objetivo General

Brindar el apoyo necesario de difusión en relación a la comunicación interna y externa, que permita divulgar oportunamente y socializar la labor de la fundación.

Objetivos Específicos

- ❖ Establecer políticas de comunicación interna y externa.
- ❖ Brindar una herramienta que permita definir un plan.
- ❖ Brindar una herramienta que contribuya a socializar los logros obtenidos conforme a metas y objetivos trazados.
- ❖ Presentar cotizaciones de medios que brindan publicidad para la mejora en la comunicación externa.

Análisis de información.

La Fundación Menonita Q'eqchi' de Guatemala "FUNDAMENO"; de San Pedro Carchá, Alta Verapaz tiene la oportunidad de mantener la participación e integración en el Sistema de Gestión de la Calidad a través de una estrategia de Comunicación Interna y Externa, para que todo el personal y en todos los niveles se conozcan los planes y objetivos a alcanzar y su grado de participación.

Estrategia de Comunicación.

Justificación. Toda organización para lograr una buena gestión, además de funcionar con planes y objetivos debidamente integrados, y la aplicación de los recursos humanos, materiales y económicos, es imprescindible que cuente con la comunicación interna adecuada, que permita que todo el personal sepa a dónde se dirige, el rumbo a seguir y qué se espera de la aportación de cada involucrado.

De ahí la necesidad de promover acciones eficaces para lograr una estrategia de comunicación interna, vertical y horizontal en la fundación, manteniendo canales abiertos para informar, promover, estimular y dar a conocer toda clase de contenidos, relativos a los planes, objetivos y acciones a realizar con el personal y colaboradores.

Asimismo, utilizar instrumentos para conocer el ambiente organizacional, la calidad en el servicio y las quejas, opiniones y sugerencias del beneficiado.

Serán objeto de análisis en la comunicación interna

- ❖ La política de la calidad
- ❖ Los objetivos de la calidad establecidos
- ❖ Los requisitos de la calidad a cumplir
- ❖ Los logros y metas alcanzados
- ❖ Los resultados obtenidos en los indicadores

Canales y actividades a utilizar.

Reuniones de grupos

Una reunión, puede ser sobre cualquier aspecto de trabajo en la Fundación Menonita Q'eqchi' de Guatemala "FUNDAMENO"; bien sea esta específicamente convocada para comunicar, también es un foro abierto siempre a la información, al debate y a la exposición de los asistentes.

Reuniones individuales

Los encuentros o reuniones, formales o informales, entre alguien de la alta dirección con algún colaborador, o de mandos intermedios con sus subordinados, propician cauces muy eficaces de comunicación interna. Estos cauces propician la auténtica y cotidiana comunicación bidireccional en FUNDAMENO.

Publicaciones internas

Los boletines son aprovechados como cauce de comunicación de la información, derivada de la gestión, que interese transmitir. Es un vehículo unidireccional.

Circulares internas

La circular interna, entendida como un escrito o memorando en que la alta dirección informa algo a todo el personal o a una parte del mismo, es importante por el tamaño de la fundación.

Vitrina o tablero de anuncios

Son lugares de visualización y lectura de información facilitada por la alta dirección. Se distribuyen estratégicamente ubicados para colocar información variada, en los que se colocan escritos, cuadros, gráficos, fotografías, carteles o similares.

Carteles (póster o banner)

Son elementos gráficos de información, sobre algo concreto, más o menos puntual, dotados de diseño para atraer la atención de personal y usuarios, hacia el mensaje y la información. La comunicación es unilateral y descendente.

Videos

Son producciones audiovisuales desarrolladas para transmitir información aprovechando las posibilidades de estos medios. La información puede ser generada sobre la naturaleza o las actividades de la Fundación Menonita Q'eqchi' de Guatemala "FUNDAMENO"; productos o servicios o pueden asimismo, ser formativos. Generalmente es pensado para beneficiados, personal de nuevo ingreso o para un tercero externo.

Encuestas

Es un elemento de comunicación interna unidireccional, pero ascendente, permite recabar la opinión de los empleados o beneficiados sobre algunos aspectos de la gestión, de sus actividades. Es una forma muy utilizada aunque más formal que intencionadamente. No es totalmente confiable su eficacia. En cierta manera se toma con resistencia ya que se les ve como peligro al estatus y prestigio personales.

Utilizando en muchas ocasiones para diversas cuestiones en la Fundación Menonita Q'eqchi' de Guatemala "FUNDAMENO"; si este es utilizada para recabar quejas, sugerencias y opiniones de empleados y beneficiados, se estaría usando para la comunicación unidireccional ascendente.

Buzón de sugerencias

Si FUNDAMENO cuenta con una utilización masiva de computadores, es más posible el establecer este servicio a través de direcciones personalizadas incluso al beneficiado.

Correo electrónico

Puede ser utilizado como foros de opinión y debate, buzón de sugerencias y similares, el e-mail permite una comunicación bidireccional, ascendente y descendente entre los mandos, los empleados y los clientes.

Página Web o internet

Si bien una página web o un portal en Internet es, por naturaleza, abierto a todo el mundo que accede a este medio, puede ser utilizado para la comunicación interna en una organización. El uso puede ser restringido a través de claves de acceso abierto.

Al utilizarse, entre otras cosas, para comunicación interna, da la posibilidad de acceder a contenidos informativos acerca de la Fundación Menonita Q'eqchi' de Guatemala "FUNDAMENO", de San Pedro Carchá, Alta Verapaz; y su gestión, resultados, informes generales, productos o actividades.

Intranet

Si ya se cuenta con el uso masivo de computadores y con una estructura local de redes es posible acceder a la tecnología de la información que permita ser bidireccional ascendente y descendente, así como brindar las ventajas de la eficacia organizacional, y la productividad, la reorganización de la administración y el ahorro de recursos, en la confiabilidad y eficiencia en el manejo de la información. Es importante la posibilidad del mejoramiento del clima organizacional con efectos directos en la satisfacción del beneficiado y del personal.

Una intranet organiza, además, la distribución de una organización, ya que cada división puede tener su apartado en la intranet. Se puede organizar también una lista de encuentros y reuniones a la que cada empleado podrá acceder rápidamente, planificando así las reuniones de empresa de una forma más eficaz. Se mejora de esta forma la comunicación entre todos los trabajadores, y las sugerencias, peticiones o cualquier comunicación en general, se realiza de una forma más rápida y eficiente.

Comunicación externa

La comunicación externa de la fundación Menonita Q'eqchi' de Guatemala "FUNDAMENO"; de San Pedro Carchá, Alta Verapaz; está encaminada a la interacción que mantiene con sus diferentes públicos externos, y pretenda mantener o mejorar sus relaciones con ellos, proyectada una imagen favorable y promoviendo sus productos o servicios con base en la información que emite.

Proceso de comunicación externa

Para la fundación tiene un gran significado evaluar la percepción de aquellos que no hacen parte de la entidad, pero que, de una forma u otra, están vinculados con ella por los servicios que les presta. Como los beneficiados de los proyectos de educación, salud y acceso a tierras, también los colaboradores de la fundación.

De otra parte, y de manera específica establecerá las líneas de acción en materia de Comunicación de avances, logros, metas y objetivos.

La fundación Menonita Q'eqchi' de Guatemala "FUNDAMENO"; recurrirá como primera medida a los medios como la web, trifoliales y comunicación con medios televisivos.

En este aspecto, la política de comunicación se orientará a que los usuarios de la fundación conozcan las decisiones técnicas adoptadas por la entidad en materia informativa, con el fin de mejorar el status informativo de las entidades del país y de esta manera garantizar la apertura de nuevos proyectos.

Canales de comunicación externa

La comunicación con medios de comunicación, beneficiados y partes interesadas se realiza a través de los siguientes espacios:

- ❖ Artículos Especiales: Instrumento de información dirigido a medios de comunicación y demás beneficiados externos en el que se facilita la divulgación de la gestión y demás actividades relacionadas con la Misión de la entidad.

- ❖ Radio y Notas de TV: Breve espacio de información dedicado a anuncios relacionados con las actividades Misionales de la fundación.
- ❖ Rueda de Prensa: Acto informativo en donde, previa convocatoria a los medios de comunicación, en donde el Director de programas como vocero encargado, en apoyo al representante legal de la fundación y juntas directivas respectivas, divulga a la opinión pública en general una situación o versión de un hecho institucional, administrativo de relevancia local, nacional o Internacional.
- ❖ Avisos de Prensa: Medio por el cual se transmite una información de interés para el conocimiento de la opinión pública en general o específica.
- ❖ Página web: Este portal ofrece de manera detallada a beneficiarios y demás ciudadanos información acerca de las diferentes acciones que desarrolla cada una de las áreas que componen la entidad “FUNDAMENO” y los servicios que se presta a la población.

Usuarios externos

Dentro de estos se cuentan los agricultores, y gentes de comunidades, madres solteras y niños de las mismas comunidades.

La Política de Comunicación busca garantizar el suministro información suficiente, veraz y oportuna a beneficiarios, sociedad y donantes, sobre los proyectos realizados de la fundación y los resultados de su actuación, como herramienta para la toma de decisiones.

Además, estará dirigida a hacer visible la gestión institucional, fortaleciendo la imagen positiva de la fundación Menonita Q’eqchi’ de Guatemala “FUNDAMENO”.

Comunicación del Riesgo

Lo que se pretende ofrecerles a los usuarios internos y externos es información de fácil acceso,

por lo que es necesaria la creación de un sistema de notificación que permita tomar acciones oportunas en caso de emergencias. Lo anterior deberá sustentarse en el uso de tecnología de punta, un medio de información e infraestructura de comunicaciones adecuada que conecte todas las áreas.

El objetivo de estas acciones es ofrecerle al beneficiario interno y externo de la fundación, información oportuna, que sirva de base para la toma de decisiones acertadas.

Esta interacción, logrará cumplir con dar a conocer la misión y visión de la fundación, asimismo los logros obtenidos y el total de beneficiados por parte de cada uno de los proyectos y que se ejecuten.

Con las anteriores políticas de comunicación e imagen interna y externa, podremos brindar un apoyo a la fundación, conociendo de igual forma, las claves que conllevan a tener a mejorar la imagen de la Fundación Menonita Q'eqchi' de Guatemala "FUNDAMENO"; las cuales se detalla a continuación:

- ❖ Tener una idea misión clara, útil y motivadora.
- ❖ Dar importancia a la mejora de la imagen como un elemento fundamental para el trabajo y desarrollo de la fundación.
- ❖ Conocer al colectivo con el que se quiere trabajar, intereses, necesidades y hábitos de participación.
- ❖ Conocer el entorno y las entidades relacionadas con la fundación.
- ❖ Destacar la utilidad de los proyectos en los cuales se labora, con financiadores de los mismos, debiendo saber vender la propuesta de proyecto, no solo limitarse a informar.
- ❖ Hacer una revisión de cómo se visualizan y realizar un plan de comunicación, que sirva para analizar la imagen que se quiere tener, para poder plantear como mejorarla por medio de elementos de comunicación. Importante es también los aspectos negativos de la imagen, con fines de reducirlos y que aumenten los positivos.
- ❖ Realizar evaluaciones periódicas de cómo se ven, con la finalidad de visualizar la evolución o dificultad que se tiene de la imagen que proyectan, para poder reparar los aspectos negativos y aumenten los aspectos positivos de nuestra imagen.

Plan de comunicación.

Este se centra en responder una serie de cuestionamientos planteados, que permiten organizar y programar la comunicación. Su importancia radica en la finalidad para decidir múltiples elementos: Ejemplo: en el caso hipotético de elaborar un trifoliar de información, ya sea por haber tenido una actividad en el trimestre o semestre, se debe de tener presente la imagen que se es necesaria o requerida y la importancia de la toma de decisiones coherentes para el logro de objetivos trazados.

Políticas de comunicación.

Este apartado es de importancia, en virtud de que en la misma se decide qué objetivos se persiguen sobre la comunicación. El análisis de la imagen de la entidad y del estilo de comunicación, permitirá detectar que elementos debemos eliminar y reducir y cuales mantener y mejorar. Es necesario tomar en consideración la globalidad de la asociación, necesidades de la junta directiva y beneficiarios, tanto del presente como del futuro de la Fundación Menonita Q'eqchi' de Guatemala "FUNDAMENO".

El análisis

En toma de decisiones es necesario analizar, organizar la acción comunicativa.

Organizar cada acción comunicativa, secuenciarla, diseñar el medio de comunicación.

Planificación

Fase importante en la que se debe de organizar y tomar decisiones, acerca de la acción comunicativa, secuenciar y diseñar los medios de comunicación.

Evaluación

Permite analizar si se han alcanzado resultados, con la finalidad de evaluar el proceso de diseño y evaluación y así obtener conclusiones que permitan mejorar futuros proyectos

Finalidad y políticas de comunicación.

Tabla No 12

Finalidad y políticas de la comunicación de la asociación

1. Identidad de la fundación. (identidad corporativa)

¿Cuál es la idea misión de la entidad?	
¿Qué proyectos y servicios ofrece?	¿A quién?
¿Cuál es la cultura o personalidad de la fundación?	¿Cuál es su historia?
¿Cuál es su estilo de gestión?	¿Cuál es el estilo de los miembros?

2. Desarrollo estratégico

¿Cómo quiere estar la organización en el futuro?	¿Haciendo qué y para quién?
¿Relacionándose con quién?	
¿Qué planes tiene en el medio y corto plazo?	

3. Gestión de la comunicación

¿Qué pretende la entidad en su comunicación?	
--	--

¿Cómo trabaja o podría trabajar su imagen corporativa?	
¿Qué debe potenciar y que debe reducir de su imagen y de su estilo de relación	

4. Objetivos del plan

¿Qué objetivos concretos nos planteamos conseguir con este plan de comunicación?	¿Qué mejoras queremos lograr?
--	-------------------------------

El análisis: Qué tenemos que saber antes de tomar decisiones

1. Análisis de los destinatarios (público objetivo)

¿Cómo Es? Edad, género, dónde vive,	Nivel de educación, nivel económico...
¿Cómo vive y piensa? ¿Qué comportamientos, intereses tiene?	¿Qué Valores?, ¿Qué tipo de relaciones?
¿Qué necesidades y qué tipo de satisfacción (servicios o soluciones) quiere para esas necesidades?	
¿Qué hábitos de información tiene? ¿Dónde y cómo obtiene información de lo que le interesa?	¿Dónde encontrarlos?
¿Qué imagen tiene de sí mismo?	¿Qué imagen tiene de nosotros?

2. Segmentación de los destinatarios potenciales.

Es necesario dividir en grupos similares de destinatarios en función de sus características, para así adaptar el mensaje a cada grupo de forma más precisa.

3. Análisis de los recursos que tiene la asociación.

Recursos humanos: ¿Qué personas podrían participar?, ¿Qué disponibilidad tiene?, ¿Cuál es su perfil como comunicador?	¿Cuál es su implicación en el proceso?, ¿Qué imagen se tiene de ellas?
Recursos materiales: ¿De qué disponemos o podríamos disponer?,	¿Qué accesibilidad tenemos?
Recursos económicos: ¿Con qué presupuesto podemos contar para este plan?	

La planificación: organización de las acciones comunitarias

1. Selección de contenido de la comunicación

¿Qué información vamos a ofrecer?	¿Qué diremos exactamente?
¿Cuáles van a ser las ideas más importantes y cuales las secundarias del mensaje?	
¿Qué debilidades y potencialidades tiene nuestro discurso?	
Esta selección de contenidos, ¿Es	¿Es coherente con el estilo de la

coherente con el análisis del público objetivo realizado?	asociación? ¿Y con los objetivos del plan de comunicación?
---	--

2. Selección de método Forma que se va a dar el mensaje

¿Qué lenguaje vamos a utilizar?
¿Qué medios vamos a utilizar?: Folletos, carteles, revista, charlas, radio, entrevistas con profesionales, ¿Qué criterios tenemos para elegir uno u otro? <ul style="list-style-type: none"> ❖ ¿Es un medio cercano al estilo de los participantes? ¿Llegará a las personas que a las que queremos llegar? ¿Lo verán o escucharán? ❖ ¿Nos resulta sencillo, barato y fácil de acceder o producir ese medio?
¿Qué símbolos vamos a utilizar? ¿Son coherentes con la personalidad de la entidad? ¿Conectan con el estilo de los participantes?
¿Cómo lo vamos a diseñar?: imagen, logo, tipo de letra, tamaño, dibujos, otros
¿Cómo ordenamos el proceso que se va a seguir en el tiempo? <ul style="list-style-type: none"> ❖ ¿Cuál será la secuencia de acciones comunicativas? ❖ ¿Dónde y cuándo se comunicará? <p>Por ejemplo ¿Empezamos informando por las clases del instituto y luego hacemos una actividad de capacitación a la salida de clase? ¿Ponemos carteles? ¿Nos entrevistamos con los profesores para que informen a los interesados?</p>

3. Elaboración de medios de comunicación (soportes)

¿Logramos captar la atención: miran el cartel, escuchan lo que les decimos?
¿Despertamos el interés: conectamos con sus intereses y demandas?
¿Favorecemos la acción: les decimos como ponerse en contacto, lo facilitamos?

La Evaluación: cómo sabemos si tuvimos éxito

1. ¿Qué resultados reales hemos obtenido? ¿Realmente era eso lo que perseguimos

2. Evaluación del público

¿Hemos elegido bien a nuestros /as interlocutores/as?

¿Qué respuestas hemos obtenido de ellos? ¿Eran las que esperábamos?

3. Evaluación de los contenidos

¿Elegimos bien las ideas que queríamos comunicar?

¿Nuestros interlocutores las han comprendido? ¿Los contenidos han motivado a la acción?

4. Evaluación de método

¿Utilizamos los medios adecuados?

¿Se han expresado las ideas de forma atractiva?

¿Se han utilizado los recursos con eficiencia?

¿Hemos recogido adecuadamente los puntos de vista de la población?

¿Qué nos han aportado?

¿La gente está satisfecha de la relación que hemos establecido con ella?

5. Evaluación de la evaluación.

¿Hemos revisado bien todos los aspectos de la experiencia?

¿Se nos queda algo importante por evaluar?

¿Qué conclusiones sacamos para el futuro?

[Inicio](#)
[¿Quiénes somos?](#)
[¿Qué hacemos?](#)
[Cómo vincularse](#)
[Contáctanos](#)

www.FUNDAMENO.org.gt

Salvando vidas salvando almas



Contato

www.FUNDAMENO.org.gt
 ca. Calle 2-26 Zona 2, San Pedro Carcho, Alta Verapaz
 Verapaz
 2326820
fundameno@comcast.net
www.fundameno.org

Fundación/Asociación/C

www.FUNDAMENO.org.gt es una de las organizaciones no gubernamentales y sin ánimo de lucro, más significativas entre las de su campo en el país. Desde hace 5 años, trabajamos por lograr un cambio positivo en nuestras comunidades.

Nuestros contactos tojan una red que apoya las acciones de nuestra organización, y nos permite seguir prestando nuestros servicios a la humanidad y al mundo.

Tú también puedes contribuir. Tenemos un excelente programa de voluntariado que mueve una de las líneas de acción de mayor impacto en nuestra organización. ¿Pregúntanos!

Te invitamos a conocer más sobre nuestros servicios y acciones en nuestro sitio web. No dudes en [contáctarnos](#) para ofrecerte mayor información. Estaremos complacidos en apoyarte y en recibir tu apoyo.

ca. Calle 2-26 Zona 2, San Pedro Carcho, Alta Verapaz, 2326820.

Cómo vincularse

Voluntariado

20.11.2013 06:42
 Gracias por querer ser voluntario/a de www.FUNDAMENO.org.gt. Esperamos que puedas encontrar una...

[Leer más](#)

Donaciones

20.11.2013 06:41
 La naturaleza de nuestra organización nos permite recibir ayudas económicas de fondos, tanto...

[Leer más](#)

Encuesta

¿Has hecho voluntariado alguna vez?

Si, he sido voluntario. (1)

No, nunca he sido voluntario. (0)

Votos totales: 1

¿Quiénes somos?

Desde 2003, nuestra organización lidera una profunda transformación en el país. Nuestro compromiso es mantenernos firmes en las acciones que sabemos proporcionarán resultados y cambios positivos en nuestro país.

Para lograrlo, contamos con un equipo de líderes que, día a día, hacen posible la transformación que deseamos. Junto a estos líderes, nuestros socios son el apoyo fundamental para asegurar la continuidad de nuestras acciones.

También contamos con un muy bien estructurado programa de voluntariado, que recibe a personas de todas las edades, sexos, orientaciones vocacionales y grado de escolaridad, que desean vincularse a las acciones de impacto social que realizamos como parte de las actividades fundamentales de la organización.

Qué hacemos

www.FUNDAMENO.org.gt se dedica a realizar acciones que generen un profundo cambio en el país. Gracias por interesarte en conocer más sobre nuestra organización.

Contamos con un equipo de líderes que, día a día, hacen posible la transformación que deseamos. Junto a estos líderes, nuestros socios son el apoyo fundamental para asegurar la continuidad de nuestras acciones.

CONTACTANOS para ofrecerte una mayor información. Estaremos complacidos de apoyarte y de recibir tu apoyo.

Dónde operamos

Espacios geográficos y naturales en los que operamos.

Cómo operamos

Metodología y resultados observados de nuestro impacto.



Contáctanos

Dirección: www.FUNDAMENO.org.gt

9a. Calle 2-26 Zona 2
12600 San Pedro Carcha, Alta Verapaz

Teléfono: 32354820

E-mail: fundacionmexquits@gmail.com



Cómo vincularse

Voluntariado

23.11.2013 06:42

Gracias por querer ser voluntario/a de www.FUNDAMENO.org.gt. Esperamos que puedas encontrar una experiencia de aprendizaje dinámica y valiosa. Este programa de voluntariado tiene una estructura bien establecida, que ayuda a cada voluntario a desarrollar diferentes competencias, y a conocer muy...

LEER MÁS

Donaciones

29.11.2013 06:41

La naturaleza de nuestra organización nos permite recibir ayudas económicas de fondos, tanto nacionales como mundiales, para el desarrollo de nuestras operaciones y proyectos. También estamos complacidos de contar, entre nuestros socios, con organizaciones y personas que hacen sus donaciones, ya...

LEER MÁS

Cotizaciones:

Sobre la creación de una página web, asimismo impresión de trifolios y publicidad en televisión.

a) Gigabytec S. A.



Ciudad Habana Alta Verapaz, Enero de 2013.

Administración **Presente:**

Reciba un cordial saludo. Ya en Gigabytec Technology S.A. hemos mejorado y expandido nuestros servicios. Ahora contamos con el servicio de desarrollo y construcción de sitios y portales web profesionales, así como aplicaciones y herramientas de informática. Contamos con el personal capacitado, con la capacidad y experiencia de poder brindarle servicios y productos de calidad internacional. Proporcionamos soluciones **prácticas, confiables y de calidad.**

Con la finalidad de poder expandir su visión de negocios y poner a su disposición nuevas herramientas de informática le presentamos la propuesta técnica. Ofreciéndole la construcción y desarrollo de un sitio o portal web profesional, para que usted tenga la oportunidad de dar a conocer sus productos o servicios de manera vistosa y clara hacia sus clientes, actuales y futuros clientes o inversionistas. La mayor parte de nuestro trabajo se basa en open source y GNU. Apoyándonos de plataformas y servidores Linux, siendo estos en la actualidad los más estables y robustos para el soporte de programaciones avanzadas.

Cabe recordar también que los Sitios Web que desarrollamos son totalmente administrables, básicamente es un sistema de contenido avanzado. Por lo que es sin duda alguna mucho más fácil poder hacer cambios, también cuentan con un editor de información, opciones para crear secciones, categorías, artículos, galerías de imágenes, galerías de videos, módulos, formularios, usuarios, cambiar ítem de cualquier menú, configurar keywords, meta-tags, eventos, agendas, calendarios, grupos sociales, comentarios, títulos y cualquier contenido del sitio en general. A los cuales podemos acceder, hacer cambios, modificar, cambiar, omitir, renombrar, publicar, ocultar, etc.

Un punto muy importante es en torno a las actualizaciones del sitio. Si usted desea hacer cambios de estructura de su sitio web con gusto puedo brindar la ayuda necesaria.

Agradecemos su interés, y felicitándolo por que es parte de un proyecto en internet, el cual es sin duda alguna el medio de comunicación que está revolucionando al mundo entero.

Atentamente,

Eliú Pérez
(502)-3629-8541
Servicio al Cliente

Propuesta Técnica

Sitio Web Profesional Administrable Incluye:

- Registro de Dominio o Nombre Comercial ORG.GT (Dominio Se utiliza para registrar el dominio de una organización en Guatemala).
- Correos Profesionales ilimitados con nombre de dominio ejemplo (info@organizacion.org.gt).
NOTA Si el cliente únicamente desea dominio .org no hay diferencia entre precios.
- Hosting o alojamiento ilimitado por todo un año. Espacio ilimitado, tasa de transferencia ilimitada. Base de datos ilimitadas, soporte de programación Php, cgi, Ajax, java script, python, Pearl, mysql.
- Información ilimitada, links ilimitados, secciones, categorías, menús, artículos, formularios, texto, imágenes, videos publicitarios, música o audio, etc. Toda la información es ilimitada.
- Publicaciones: Publicación de festivales, aniversarios, información y cualquier publicación. Banners y anuncios de patrocinadores o clientes, los cuales pueden ser cambiados periódicamente.
- Diseño personalizado, Diseño totalmente personalizado con estructura avanzada para que facilite la transmisión de datos e información hacia el usuario. Para que el usuario no se confunda y le sea bastante fácil poder navegar.
- Posicionamiento en Internet, trabajamos con los motores de búsqueda más conocidos y utilizados, para posicionar el sitio web en los primeros resultados de búsqueda.
- Herramientas en el sitio web, como libro de visitas, incrustación de formularios inteligentes, galerías de imágenes, videos, presentaciones, grupos sociales, banners random, conexión con Facebook, twitter, myspace, etc desde el sitio web.
- Soporte Técnico todo el año (Vía Telefónica y Correo Electrónico) Ayuda y soporte para Actualizaciones.

El Pago es 50% al iniciar proyecto y 50% a la entrega.

El sitio web es entregado en un término de 10 días hábiles a partir de tener toda la información necesaria.

Precios desde:

Q 3,850 por 2 años.
(Incluye lo detallado arriba)

Eliú Pérez
(502) 3029-8541
Desarrollo Web



**Mejoramos
Cualquier
Cotización**

b) Pc Club



Cotización Página Web para ONG:

- Página Web personalizada.
- Registro de Dominio www.suempresa.org
- Hosting (Alojamiento) Espacio 500 MB por un año
- 5 - Cuentas de Correo
- 8 páginas html
- Apoyo en Indexación en buscadores.
- Soporte Técnico.
- 1 Galerías de Imágenes
- Formulario de Contacto.
- Estadísticas de Visita de Sitio

Q 4,100.00 Precio de Contado Precio por 1 año.

NOTA: después de la 5 página por cada página adicional se cobrará Q. 350 por cada una que se adicione.

Encargado de Internet



Canal 36



Estimados señores:

FUNDAMAS.

PROGRAMACION REGULAR: Grupo objetivo: jóvenes, adultos, hombres y mujeres, el contenido de nuestra programación: video musicales cristianos profesionales, campearencias al instante, mensajes de texto y llamadas al aire vía telefónica, así mismo una programación variada con programas de interés social: Animación voz en off. Por lo que hemos captado la atención de nuestro grupo objetivo, llegando a más televidentes.

No.	No. DE DIAS	No. SPOT DIARIOS	SPOTS MENSUAL	VALOR POR SPOT	VALOR MENSUAL	ADICIONAL DIARIO	TOTAL EXTRA	BONIFICACION Q.
1	20	6	100	0	Q1,600.00	0	0	0

PROPUESTA NUMERO 02

No.	No. DE DIAS	No. SPOT	SPOTS MENSUAL	VALOR POR SPOT	VALOR MENSUAL	ADICIONAL DIARIO	TOTAL EXTRA	BONIFICACION Q.
1					Q 2,500.00		0	0

EL PAQUETE INCLUYE: 66 MENCIONES AL MES+PROGRAMA DE ENTREVISTA 30 MINUTOS.

Esperamos cumplir con sus expectativas, considerando que nuestro grupo objetivo es de su interés para promocionar su marca.

Lic. Lester Casal
Gerencia General: MAS CANAL (36)
Tel: 7951 - 3507 Cel: 40043939



CANAL 36 INSPIRADOS EN LO POSITIVO !!!

c) Imprecasa

Imprecasa Sabana

Para Yo

Hoy a las 4:07 P.M.

Tenemos a bien enviarle la cotización:

CANTIDAD: 2000 Trifoliales a full color

MEDIDA: Tamaño carta

MATERIAL: Couché brillo normal

CUJ Q 0 85 **TOTAL. Q. 1700.00**

ESPERO SU AUTORIZACIÓN POR ESTE MEDIO GRACIAS.

Att. Anibal Pacheco
Cel: 42831650



Resumen de presupuesto de proyecto

Tabla 13

No.	Actividad	Recursos	Costo
1	Recolección de información sobre la organización sujeto de estudio.	Espacio físico, Fotocopias, equipo de cómputo.	Q. 200.00
2	Elaborar el documento físico del plan de comunicación.	Espacio físico, equipo de cómputo, energía eléctrica, papeles y otros.	Q. 2,500.00
3	Cotización del costo de cada actividad contemplada en el plan de comunicación e imagen.	Vehículo, tiempo, llamadas telefónica, consultas en páginas de internet.	Q. 300.00
4	Creación página web en internet.	Tiempo, llamadas telefónica, consultas en páginas de internet.	Q.3,850.00
5	Espacio televisivo	66 menciones al mes más espacio televisivo de 30 minutos.	Q. 2,500.00
6	Impresión de trifoliales	2,000 trifoliales a full color	<u>Q. 1,700.00</u>
Total			Q.11,050.00

Resumen de proyecto vrs costo beneficio

Se tiene a bien contar ya con una página Web, la cual es un aporte del investigador, así mismo la inversión al plan de comunicación de lo anterior se detalla en valor el aporte.

Tabla No. 14

No.	Actividad	Costo
1	Costo de proyecto	Q.11,050.00
2	Menos, aporte página Web	Q. 3,850.00
3	Menos, Elaboración Plan de comunicación.	Q. 2,500.00
	Costo real financiero para la implementación de la propuesta.	Q.4,700.00
	Beneficio para la fundación.	Q.6,350.00

Cronograma de actividades

En el presente cuadro se detallan las principales actividades que se realizaron durante el tiempo que se realizó la práctica. Tabla No. 15

Fuente: Elaboración propia

Actividades	Agosto		septiembre				Octubre				Noviembre					
	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4
Entrega de informe de PED. 1				X												
Revisan el contenido de práctica. (En fundación)					X											
Reunión con tutor de práctica.						X										
Revisión minuciosa del contenido.							X									
Definición del tema o título de tema.								X								
Elaboración de la nueva guía para el desarrollo del informe final.									X							
Definición de objetivos y planteamiento.										X						
Revisión de textos bibliográficos.											X					
Metodología de estudio												X				
Elaboración y revisión del Cap. 1 de PED.													X			
Elaboración del capítulo 2 de la PED.														X		
Elaboración y revisión de los capítulos 3, 4, 5 y 6. De la PED.															X	
Entrega de informe de la PED 1.																X
S=Semana, X=Ejecutado.																
PED=Práctica Empresarial Dirigida																

Referencias Bibliográficas

Asamblea Nacional Constituyente. (1,985). Constitución Política de la República de Guatemala. Guatemala

Congreso de la República de Guatemala. (2,003) Ley de Organizaciones No Gubernamentales. Decreto 2-2003. Guatemala

Congreso de la República de Guatemala. (1971) Código de Comercio de Guatemala. Decreto 02-70. Guatemala

Congreso de la República de Guatemala. (1991). Código Tributario. Decreto 06-91. Guatemala

Congreso de la República de Guatemala. (1992). Ley del Impuesto al Valor Agregado. Decreto 27-92. Guatemala. Kotler, Philip. Armstrong, Gary. Fundamentos de mercadotecnia 8ª Edición.

Planes y publicaciones.

Recuperado: http://www.ull.es/publicacioneslatina/_2008/09_Alicante/4812.htm 15/11/2013, 20:30 P.M.

Concepto de políticas de una empresa. Recuperado:

http://books.google.com.gt/books?id=b_vdlizdTJAC&pg=PA94&dq=concepto+de+políticas+de+una+empresa&hl=es&sa=X&ei=hE7JUse2HYTM2AXRmYGwBw&ved=0CDkQ6AEwAg#v=onepage&q=concepto%20de%20políticas%20de%20una%20empresa&f=false 07/11/2013 7:30 A.M.

Organizaciones y empresas. Recuperado:

<http://www.monografias.com/trabajo11/empres.com09/08/2013> 14:20 horas.

Plan de empresa, Recuperado, <http://www.plan.wikipedia/empresas>. 08/08/2013. 17.07 horas

Fundación Menonita Q 'eqchi' de Guatemala, -FUNDAMENO- de la Iglesia Nacional Evangélica Menonita de Guatemala.

Anexos

Anexo 1

Muestras de cuestionarios en blanco y contestadas.

(Aclaración: Resultados del cuestionario se obtuvo vía correo electrónico por cuestiones administrativas de FUNDAMENO, por lo que se le solicitó al encuestado colocar el cargo.)



UNIVERSIDAD PANAMERICANA DE GUATEMALA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ACA Administración de Empresas

Buen día, estoy realizando un trabajo de investigación “Sobre la necesidad de contar con un plan de comunicación e imagen de la fundación”. Correspondiente al curso Practica Empresarial Dirigida (PED); Le agradecería su valiosa colaboración para que responda una serie de preguntas que me permitan sustentar el referido trabajo.

1. ¿Existe un plan de marketing en la fundación, que permita medir la comunicación e imagen de la misma?

Sí No

Explique _____

2. ¿Cuál es la periodicidad en la que realizan reuniones para conocer aspectos de comunicación e imagen en la fundación?
- a) Trimestral
 - b) Semestral
 - c) Anual
 - d) Ninguna (indique la razón).
- _____

3. ¿Considera usted que es necesario difundir los proyectos y demás actividades a través de un plan de mercadeo o de comunicación en las áreas beneficiadas, al público y a todos los donantes?

Sí No

Explique _____

4. ¿Ha tenido dificultad en justificar el posible apoyo de un donante hacia un proyecto, por no contar con un plan de comunicación e imagen en la fundación?

Sí No

Explique _____

5. ¿Cuál es la forma en que se enteran los donantes de los avances en proyectos?

- a) Informe Gerencial
- b) Dictamen de auditor independiente
- c) Página Web
- d) Revistas del desarrollo o beneficio de proyecto
- e) Otro _____

6. Lo ratificaría usted para que la fundación tuviera su propia página web en internet?

Sí No

Explique _____

Fecha de la entrevista

Cargo del

entrevistado _____

UNIVERSIDAD PANAMERICANA DE GUATEMALA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS



ACA Administración de Empresas

Buen día, estoy realizando un trabajo de investigación “Sobre la necesidad de contar con un plan de comunicación e imagen de la fundación”. Correspondiente al curso Practica Empresarial Dirigida (PED); Le agradecería su valiosa colaboración para que responda una serie de preguntas que me permitan sustentar el referido trabajo.

1 ¿Existe un plan de marketing en la fundación, que permita medir la comunicación e imagen de la misma?

Sí No

Explique _____

2 ¿Cuál es la periodicidad en la que realizan reuniones para conocer aspectos de comunicación e imagen en la fundación?

- e) Trimestral
- f) Semestral
- g) Anual
- h) Ninguna (indique la razón). Durante las evaluaciones de producción se analizan logros mas no imagen.

3 ¿Considera usted que es necesario difundir los proyectos y demás actividades a través de un plan de mercadeo o de comunicación en las áreas beneficiadas, al público y a todos los donantes?

Sí No

Explique Si para dar a conocer logros y dificultades considero que es necesario para valorar las acciones que se realizan.

4 ¿Ha tenido dificultad en justificar el posible apoyo de un donante hacia un proyecto, por no contar con un plan de comunicación e imagen en la fundación?

Sí No

Explique _____

5 ¿Cuál es la forma en que se enteran los donantes de los avances en proyectos?

- f) Informe Gerencial
- g) Dictamen de auditor independiente
- h) Página Web
- i) Revistas del desarrollo o beneficio de proyecto
- j) Otro

A través de evaluaciones trimestrales.

6 Lo ratificaría usted para que la fundación tuviera su propia página web en internet

Sí No

Explique Actualmente ya se cuenta con la misma

Fecha de la entrevista 20 DE AGOSTO

Cargo del entrevistado COORDINADORA TECNICA

Otros _____

Firma del encuestador: Rafael Itzep Ixcoy

UNIVERSIDAD PANAMERICANA DE GUATEMALA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS



ACA Administración de Empresas

Buen día, estoy realizando un trabajo de investigación “Sobre la necesidad de contar con un plan de comunicación e imagen de la fundación”. Correspondiente al curso Practica Empresarial Dirigida (PED); Le agradecería su valiosa colaboración para que responda una serie de preguntas que me permitan sustentar el referido trabajo.

1 ¿Existe un plan de marketing en la fundación, que permita medir la comunicación e imagen de la misma?

Sí No

Explique _____

2 ¿Cuál es la periodicidad en la que realizan reuniones para conocer aspectos de comunicación e imagen en la fundación?

- i) Trimestral
- j) Semestral
- k) Anual
- l) Ninguna (indique la razón). Ninguna debido a que esta organización realiza gestiones de carácter social por lo que el énfasis no es precisamente la comunicación o imagen de la Fundación.

3 ¿Considera usted que es necesario difundir los proyectos y demás actividades a través de un plan de mercadeo o de comunicación en las áreas beneficiadas, al público y a todos los donantes?

Sí No

Explique Considero que es importante dar a conocer los servicios que presta la comunicación por lo que un plan que permita difundir dicha información sería de beneficio.

4 ¿Ha tenido dificultad en justificar el posible apoyo de un donante hacia un proyecto, por no contar con un plan de comunicación e imagen en la fundación?

Sí No

Explique _____

5 ¿Cuál es la forma en que se enteran los donantes de los avances en proyectos?

- k) Informe Gerencial
- l) Dictamen de auditor independiente
- m) Página Web
- n) Revistas del desarrollo o beneficio de proyecto
- o) Otro

A través de proyectos que se realizan en el medio.

6 Lo ratificaría usted para que la fundación tuviera su propia página web en internet?

Sí No

Explique _____

Fecha de la entrevista 20 DE AGOSTO

Cargo del entrevistado ASISTENTE DE PROGRAMAS

Otros _____

Firma del encuestador: Rafael Itzep Ixcoy

UNIVERSIDAD PANAMERICANA DE GUATEMALA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS



ACA Administración de Empresas

Buen día, estoy realizando un trabajo de investigación “Sobre la necesidad de contar con un plan de comunicación e imagen de la fundación”. Correspondiente al curso Practica Empresarial Dirigida (PED); Le agradecería su valiosa colaboración para que responda una serie de preguntas que me permitan sustentar el referido trabajo.

- 1 ¿Existe un plan de marketing en la fundación, que permita medir la comunicación e imagen de la misma?

Sí No

Explique _____

- 2 ¿Cuál es la periodicidad en la que realizan reuniones para conocer aspectos de comunicación e imagen en la fundación?

m) Trimestral

n) Semestral

o) Anual

p) Ninguna (indique la razón). Ninguna debido a que la organización es de carácter no lucrativo.

- 3 ¿Considera usted que es necesario difundir los proyectos y demás actividades a través de un plan de mercadeo o de comunicación en las áreas beneficiadas, al público y a todos los donantes?

Sí No

Explique Considero que es importante dar a conocer los servicios que presta la comunicación por lo que un plan que permita difundir dicha información sería de beneficio.

4 ¿Ha tenido dificultad en justificar el posible apoyo de un donante hacia un proyecto, por no contar con un plan de comunicación e imagen en la fundación?

Sí No

Explique _____

5 ¿Cuál es la forma en que se enteran los donantes de los avances en proyectos?

- p) Informe Gerencial
- q) Dictamen de auditor independiente
- r) Página Web
- s) Revistas del desarrollo o beneficio de proyecto
- t) Otro

A través de los avances en los proyectos, informe gerencial o auditorías externas

6 Lo ratificaría usted para que la fundación tuviera su propia página web en internet

Sí No

Explique _____

Fecha de la entrevista 20 de Agosto

Cargo del entrevistado Director de programas - _____

Anexo No. 2



**CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN Y MODIFICACION
AL REGISTRO TRIBUTARIO UNIFICADO**

**RATIFICADO
HASTA EL 18/09/2011**

NIT: 1725925-K
Nombre o razón social: FUNDACION MENONITA KEKCHI DE GUATEMALA FUNDAMENTO
Domicilio fiscal: 8 CALLE BARRIO SAN PABLO 2-26 ZONA 2 SAN PEDRO CARCHA, ALTA VERAPAZ
Departamento: ALTA VERAPAZ **Nacionalidad:**
E-mail: fundameno@intelfneti.com **Teléfono:** 79516385
Género: **Fax:** 79516041
Cédula / Pasaporte: **Nacimiento / Constitución:** 19/09/1997
Sexo:

Número de colegiado: **Fecha de colegiado:**
Organización legal: ASOCIACIÓN, FUNDACIÓN, INSTITUCIÓN RELIGIOSA Y OTRAS NO LUCRATIVAS
Actividad económica: REGULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE ORGANISMOS QUE PRESTAN SERVICIOS SANITARIOS, EDUCATIVOS, CULTURALES Y OTROS SERVICIOS SOCIALES, EXCEPTO SERVICIOS DE SEGURIDAD SOCIAL
Tipo Registro Mercantil: Inscrip. def. Reg. Mercantil: Inscripción RTU: 16/11/1998 Última modificación: 13/02/2013

Inscrip. Registro Civil:	11/06/1996	Estatus: - ACTIVO -	Número de escritura: 87	Fecha de escritura: 19/09/1997	Fecha de fallecimiento:
Representante Legal	N.I.T. Nombre	Nombramiento	Inscripción	Estatus	Fecha Estatus Principal
	3504632-5 GERARDO, CABNAL POOU	18/01/2013	28/01/2013	ACTIVO	13/02/2013 S
Contador	3017209-8 GUSTAVO ADOLFO, SIERRA CUCUL	01/07/2011	01/02/2005	ACTIVO	01/02/2005

IMPUESTO AFILIADO	REGIMEN	NOMBRE DE LA OBLIGACION	FORMULARIO No.	FRECUENCIA DE PAGO	FORMA DE CALCULAR
ISR	SOBRE UTILIDADES	DECLARACIÓN JURADA Y PAGO MENSUAL	133	PAGOS MENSUALES	Definitivo sobre la base de la renta bruta RENTA BRUTA X 8 X 11 Y
ISR	SOBRE UTILIDADES	DECLARACIÓN JURADA Y PAGO TRIMESTRAL	136	PAGOS TRIMESTRALES	
ISR	SOBRE UTILIDADES	DECLARACIÓN JURADA Y PAGO ANUAL	146	PAGO ANUAL	31% SOBRE LA RENTA IMPONIBLE
ISR	SOBRE UTILIDADES	INFORME SEMESTRAL DE SALDOS DE INVENTARIOS	139	PRESENTACIÓN SEMESTRAL	Informe de saldos de inventarios
Iva com.	GENERAL	TVA PERSONA JURÍDICA	215	PAGOS MENSUALES	Diferencia entre IVA cobrado e IVA pagado (tasa 12%)

Número Establecimiento	Nombre Comercial	Domicilio Comercial	Estatus	Fecha Inicio operaciones	Fecha Última Modificación
8	COLEGIO MENONITA SARAXOCH	7ª AVENIDA BARRIO SARAXOCH 12-27 ZONA 2 SAN PEDRO CARCHA, ALTA VERAPAZ	A	01/01/2006	

Número de negocios Activos: 8 Número de negocios cancelados: 0 Fecha de impresión: 13-02-2013

F. 
 Edgardo Cabrera
 Delegado
 SECCIÓN REGISTRO TRIBUTARIO UNIFICADO

NOTAS:

- * PARA TODA MODIFICACION A SUS DATOS GENERALES O CAMBIO DE REGIMEN A IMPUESTOS A LOS CUALES SE ENCUENTRA AFECTO, DEBERA DAR AVISO A LA "SAT" PARA EVITAR SANCIONES POSTERIORES.
- * SE LE RECUERDA HABILITAR LIBROS EN EL PLAZO DE 30 DIAS PARA EVITAR SANCIONES DE ACUERDO A LO QUE ESTABLECEN LAS LEYES ESPECIFICAS.
- * PARA SOLICITAR LOS FORMULARIOS A UTILIZAR FAVOR DE PEDIR DE ACUERDO A LAS VERSIONES VIGENTES.

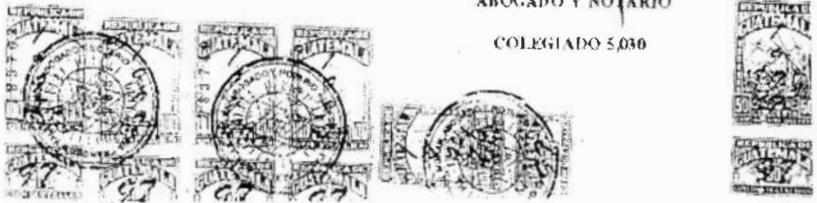
EN OCHO HOJAS
OCTAVA



ES TESTIMONIO de la escritura pública número OCHENTA Y SIETE (87), autorizada en la CIUDAD DE SAN PEDRO CARCHA, DEPARTAMENTO DE ALTA VERAPAZ, el DIEZ Y NUEVE DE SEPTIEMBRE de mil novecientos noventa y siete, por el infrascrito Notario y que para entregar a la "FUNDACION MENONITA KERCHI DE GUATEMALA", "FUNDAMENOP", extiendo, número, sello y firmo en OCHO HOJAS, las primeras SIETE de papel especial de fotocopia, las cuales fueron tomadas directamente del original de mi registro notarial del presente año, y la última, la presente, de papel bond simple en la cual se elabora la presente razón. HAGO CONSTAR: Que para cubrir el Impuesto de Timbres Fiscales y de Papel Sellado Especial para Protocolos, que atiene a la cantidad de UN MIL QUINIENTOS QUETZALES EXACTOS (Q.1,500.00), se le adhieren al presente testimonio: QUINCE TIMBRES FISCALES DE CIENTO QUETZALES CADA UNO (Q.100.00 C/U), LOS CUALES TIENEN IMPRESOS LOS NUMEROS DE REGISTRO SIGUIENTES: SETECIENTOS OCHENTA Y TRES MIL SETECIENTOS CUARENTA Y OCHO (783748) AL SETECIENTOS OCHENTA Y TRES MIL SETECIENTOS SESENTA Y DOS (783762), INCLUSIVE; los cuales se cancelan de conformidad con la ley Guatemala veintiseis de septiembre de mil novecientos noventa y siete.


Lic. DANTE FRANCISCO VALLE MORAN

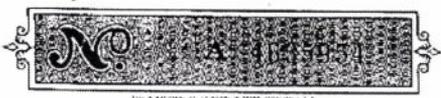
ABOGADO Y NOTARIO
COLEGIADO 5,036





26. Y ADMINISTRACIÓN: El gobierno y administración de la Fundación, en orden jerárquico, estará a cargo
27. de los órganos siguientes: A) LA ASAMBLEA O JUNTA GENERAL DE FUNDADORES Y
28. BENEFACTORES. B) LA JUNTA DIRECTIVA, CONSEJO DIRECTIVO O DIRECTORIO.
29. Denominaciones estas que podrán emplearse indistintamente en el curso de esta escritura u otro documento
30. privado o público. NOVENA. ÓRGANO SUPREMO: JUNTA GENERAL DE FUNDADORES Y
31. BENEFACTORES, INTEGRACIÓN Y MIEMBROS: La Asamblea o Junta General de Fundadores
32. y Benefactores es el órgano supremo de la Fundación y se integra tanto con los miembros fundadores, como
33. con las personas a quienes se les reconoce la calidad de benefactores, de acuerdo con la presente escritura
34. y el reglamento respectivo. La JUNTA DIRECTIVA de la Iglesia Nacional Evangélica Metodista
35. Guatemalteca, con miembros ex-officio de la Asamblea o Junta General de Fundadores y Benefactores, en
36. representación de esta. DÉCIMA. CLASES DE JUNTAS GENERALES: La Junta General de
37. Fundadores y Benefactores se reunirá ordinariamente por lo menos una vez al año dentro de los tres meses
38. siguientes al cierre del ejercicio contable y en cualquier tiempo si la Junta fuera de carácter extraordinario.
39. DÉCIMA PRIMERA: CONVOCATORIA. La Junta General podrá celebrarse por convocatoria hecha
40. por alguno de Los Fundadores, por el Presidente del Consejo Directivo, o por acuerdo de dicho consejo con
41. por lo menos cinco días de anticipación por medio de notación escrita o verbal, informando sobre la agenda
42. respectiva. Si no se reuniera el quórum necesario la Junta General se efectuará una hora después con los
43. miembros que estuvieren presentes. DÉCIMA SEGUNDA: LIBROS DE ACTAS: Las sesiones de la
44. Junta General se harán constar en un libro de Actas que estará a cargo del secretario. DÉCIMA
45. TERCERA. RESOLUCIONES. Sus resoluciones las adoptarán por mayoría absoluta de los miembros
46. presentes. DÉCIMA CUARTA: VOTO DOBLE. En caso de empate en las votaciones el Presidente de la
47. Junta General tendrá voto doble. DÉCIMA QUINTA: DIRECCIÓN. Las sesiones serán dirigidas por el
48. Presidente del Consejo Directivo y en su defecto por el Vicepresidente o por la persona que designe la
49. Asamblea General. DÉCIMA SEXTA: JUNTA GENERAL ORDINARIA: Las atribuciones de la Junta
50. General Ordinaria son: a) Conocer la memoria anual de labores que deberá presentarle el directorio; b)

INFORME
1993



PROTOCOLO

REGISTRO
Nº 260967
QUINQUENIO
E 1993 A 1997

b) Llevar un registro de los miembros fundadores y beneficiarios, así como de los beneficiarios de la Fundación. c) Formular la agenda de las sesiones del Directorio y de las Juntas Generales. d) Llevar el Libro de Actas de Juntas Generales y Consejo Directivo. e) Dar cuenta al Presidente o al Directorio de la correspondencia y redactar aquella para la cual fuere instruido. f) Hacer las citaciones para las Juntas del Directorio y Juntas Generales en la forma y con la anticipación debidas. g) Velar por el correcto manejo del archivo de la Fundación. h) Elaborar la memoria anual de las labores realizadas y someterlos oportunamente a conocimiento y aprobación del Directorio i) Llevar una estadística de los beneficios que se acordaron, clasificados según su destino, y j) Las demás que le fueren asignadas por el Presidente.

VIGÉSIMA SÉPTIMA: DEL TESORERO: Son atribuciones del Tesorero: a) La recepción, custodia y manejo interno de los fondos de la fundación y efectuar su depósito inmediato en el Banco designado para el efecto. b) Llevar una caja chica para el suministro de los gastos de oficina o gastos varios cuyo monto autorizará el Presidente. c) Presentar al Consejo Directivo el Balance General y el Estado de Pérdidas y Ganancias de cada ejercicio social, certificado por el Contador o Auditor que tuviere a su cargo la contabilidad o fiscalización de la Fundación. d) Cuidar de que la contabilidad de la Fundación se mantenga actualizada y sea llevada conforme a la ley y los principios generalmente aceptados de Contabilidad. e) Entregar al Contador la documentación conducente para contabilizar las operaciones de ingresos y egresos de la Fundación. f) Mantener informado al Directorio del movimiento de fondos; y g) Las demás que sin estar previstas fueren propias de su cargo de tal naturaleza. **VIGÉSIMA OCTAVA: VOCALES**

Corresponden a los Vocales sustituir, en su orden, a los miembros del Consejo Directivo cuando alguno de ellos fuere temporal o definitivamente, en cuyo caso asumirá sus respectivas atribuciones. **VIGÉSIMA NOVENA: DEL EJERCICIO SOCIAL.** El ejercicio Social y Contable de la Fundación será del uno de Julio de un año al treinta de junio del año siguiente, sin perjuicio de que pueda modificarse si así conviniera a las actividades de la Fundación, pero el primer periodo se computará a partir de la fecha en que se reconociere la personalidad jurídica de la Fundación, hasta el siguiente treinta de Junio, sin que ello signifique alteración del año que dura el ejercicio. **TRIGÉSIMA: ADMINISTRADOR UNICO y**

MINISTERIO DE
FINANZAS PÚBLICAS



[Firma manuscrita]



26 **COMITES.** El Consejo Directivo podrá nombrar un Administrador Único o Director Ejecutivo para la
27 Fundación, con las atribuciones y facultades inherentes al cargo y las que el mismo le confiera con el
28 personal de apoyo necesario. El nombrado tendrá a su cargo todo lo referente a la contratación, asignación
29 de puestos y despido del personal. Asimismo podrá formar comités de apoyo para los diferentes programas
30 planes o proyectos, con las atribuciones y facultades que el mismo le confiera, y con el personal de apoyo
31 necesario. **TRIGÉSIMA PRIMERA: DISOLUCIÓN.** La disolución de la Fundación solamente podrá
32 disponerse por la Junta General de Fundadores y Benefactores, reunida en sesión extraordinaria, mediante
33 acuerdo adoptado por mayoría absoluta de sus miembros y siempre que concurriere alguna de las causas
34 siguientes: a) Pérdida de sus activos en forma que su monto resultare insuficiente para el
35 cumplimiento de los objetivos y fines que se propone. b) Si su mantenimiento se hiciera honorario. c) Por
36 cualquiera de las otras causas que estableciera la ley. **TRIGÉSIMA SEGUNDA LIQUIDACIÓN:** Al
37 acordarse la disolución de la Fundación se procederá a su liquidación, para cuyo efecto el Consejo Directivo
38 se constituirá en Junta Liquidadora, pero podrá disponer el designar en su lugar a uno o más liquidadores,
39 quienes deberán actuar conjuntamente, siendo en todo caso solidariamente responsables, ajustándose a las
40 reglas y orden que son aplicables a las sociedades civiles de esta materia prescribe el Código Civil, de manera
41 que si pasado el plazo resultare algún remanente éste se le donará a otra institución que persiga fines
42 análogos. **TRIGÉSIMA TERCERA: REGLAMENTOS:** El régimen operativo de la Fundación, y en
43 especial el procedimiento de calificación de beneficiarios de los programas, planes y proyectos, que la
44 fundación apoyará, y toda la estructura administrativa de la entidad, se regirá por los reglamentos que se
45 elaboren por el Consejo Directivo, previa aprobación de la Junta General de Fundadores y Benefactores,
46 con el voto favorable del sesenta y cinco por ciento de los integrantes. **TRIGÉSIMA CUARTA:**
47 **REGISTROS Y FISCALIZACIÓN:** Al reconocerse la personalidad jurídica a la Fundación deberá
48 inscribirse en el Registro Civil correspondiente y, además, remitirá copia de su escritura constitutiva y del
49 Acuerdo Ministerial respectivo al Ministerio Público, para los efectos de control y fiscalización que según
50 el Código Civil deberá ejercer tal institución sobre esta entidad. **TRIGÉSIMA QUINTA DISPOSICIÓN**



OF. FRO. HCA
F. F. A.



PROTOCOLO

REGISTRO
Nº 260968
QUINQUENIO
DE 1993 A 1997

TRANSITORIA. Los Fundadores siguientes se convocan a una Asamblea General de Fundadores y Beneficenters, han acordado y efectuado el proceso de elección para elegir el primer consejo directivo provisional y después del cómputo respectivo este consejo integrado de la siguiente manera: **PRESIDENTE: PABLO TZUL CACAO, VICEPRESIDENTE SEBASTIAN TZUL CACAO, SECRETARIO, JAVIER XOL (ÚNICOS NOMBRE Y APELLIDO), TESORERO FRANCISCO SACUL TUN, VOCAL PRIMERO, FELIPE CAAL (ÚNICOS NOMBRE Y APELLIDO), VOCAL SEGUNDO, JOSÉ MARÍA TZUL (ÚNICOS NOMBRE Y APELLIDO), VOCAL TERCERO, TOMAS CUC TOT.** Dadas las razones de conveniencia que a cada uno de los señores de conformidad con la presente convocatoria constitutiva, estando facultado el señor **PABLO TZUL CACAO, presidente,** para gestionar la inscripción y reconocimiento de la Personalidad Jurídica de la Fundación ante los Registros Públicos y demás dependencias gubernamentales correspondientes, otorgándole las facultades que lo legitimen para hacer el reconocimiento de su personalidad jurídica, por lo que podrá firmar toda clase de documentos que para tales efectos sean necesarios. **TRIGESIMA SEXTA. ACEPTACIÓN FINAL.** Declaran finalmente los integrantes que en los términos consignados a que dan lugar y cada uno de los señores de esta escritura y expresamente su régimen estatutario, y de manera expresa y voluntaria declaran que lo expresado es la expresión fiel de su voluntad, en cuyo virtud lo ratifican y aceptan sin modificación alguna. **DOY FE:** A) De todo lo expuesto. B) De que todo a la vista la documentación referida, y especialmente los siguientes documentos: A) Copia autenticada de la certificación expedida por el Oficial Mayor del Ministerio de Gobernación **GIOVANI MARINELLI COLOM,** con fecha trece de agosto de mil novecientos noventa y dos que contiene fotocopia autenticada del expediente registrado bajo el número cuarenta y nueve mil quinientos dieciocho de la **IGLESIA NACIONAL EVANGELICA MENONITA GUATEMALTECA,** en el cual se encuentra el Acta Notarial de constitución de la Iglesia Nacional Evangelica Menonita Guatemalteca, expedida en la ciudad de Guatemala con fecha veintidós de abril de mil novecientos ochenta y tres por el Notario **HUGO CESAR MORALES Y MORALES, B)** Acta Notarial de reconocimiento facinorosa en la ciudad de Guatemala, a los diecisiete días del mes de marzo de mil

MINISTERIO DE FINANZAS PÚBLICAS

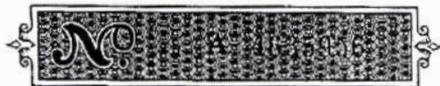
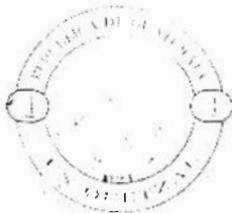


[Firma manuscrita]



25. novisietes, novena y cinco por el Notario HUGO CESAR MORALES Y MORALES, en la cual consta
26. el nombramiento de los señores PABLO TZUL CACAO, SEBASTIAN CUC TZI, JOSE XOI TZUL, Y
27. JOSE MARIA TZUL (UNICO APELLIDO), como miembros de la comisión jurídica y Representantes
28. Legales de la IGLESIA NACIONAL EVANGELICA MENONITA GUATEMALTECA. C) Comprobante
29. del depósito efectuado a favor de la Fundación, por la cantidad de CINCUENTA MIL QUETZALES
30. EXACTOS en el Banco del Agro, Sociedad Anónima, sucursal o agencia de esta ciudad el cual tiene el cual
31. se transcribe a continuación: Banco Del Agro, DEPOSITO MONETARIO, D.No. 0172843, Guatemala día
32. 19 mas Septiembre año 1997, CUENTA ***149.6038295.9***, NOMBRE FUNDACIÓN MENONITA
33. K'EK'CHI *DE GUATEMALA EN FORMACION, CHEQUES DE OTROS BANCOS 50,000.00,
34. TOTAL 50,000.00 TOTAL QUETZALES EN LETRAS CINCUENTA MIL QUETZALES
35. EXACTOS***** DETALLE DE CHEQUES BANCO C.I.N. NUMERO 2901858 MONTO
36. 50,000.00 FIRMA ILEGIBLE ENTERANTE, SELLO BANCO DEL AGRO S.A. NANCY
37. HENGSTENBERG RECEPTOR FIRMA ILEGIBLE. D) Certificación del punto número DOS del acta
38. número DIEZ Y OCHO de la sesión celebrada por la Asamblea General Extraordinaria de la Iglesia
39. Nacional Evangélica Menonita Guatemalteca, con fecha diez y ocho de septiembre de mil novecientos
40. noventa y siete, la cual en su parte conducente expresa literalmente: "En la ciudad de San Pedro Carchá,
41. departamento de Alta Verapaz, Guatemala el Infrascrito Secretario de la Junta Directiva de la Iglesia
42. Nacional Evangélica Menonita Guatemalteca, CERTIFICA: Que ha leído a la vista el Acta de la
43. Asamblea General Extraordinaria de la Iglesia Nacional Evangélica Menonita Guatemalteca número diez y
44. ocho de fecha diez y ocho de septiembre de mil novecientos noventa y siete la cual en su punto número dos
45. dice textualmente: PUNTO NUMERO DOS: A continuación el señor Pablo Tzul Cacao, presidente
46. de la Junta Directiva, quien preside esta asamblea se dirige a la misma para tratar el punto cuarto
47. de la agenda referente a la necesidad de crear un organismo que se encargue de la Administración
48. de los distintos proyectos educativos, de salud y desarrollo que la Iglesia deberá llevar a cabo en
49. los próximos días. EL señor SEBASTIAN CUC TZI, vicepresidente de la Junta Directiva propone

EN OCHO HORAS
SEPTIEMBRE -



PROTOCOLO

REGISTRO

Nº 260969

QUINQUENIO
DE 1893 A 1897

la creación de una FUNDACIÓN que lleve por nombre FUNDACIÓN MENONITA KEKCIII DE
 2 GUATEMALA "FUNDAMENO", la cual tendrá personalidad jurídica propia y deberá crearse
 3 exclusivamente para contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida de los sectores sociales
 4 más necesitados del país, específicamente de la región Norte del mismo. Después de amplias
 5 discusiones y explicaciones, se decide poner a votación la propuesta de crear la Fundación, y el
 6 señor Presidente somete a votación esta decisión. El resultado de la misma es que la Asamblea en
 7 Pleno y por decisión unánime de la misma decide que la IGLESIA NACIONAL EVANGÉLICA
 8 MENONITA GUATEMALTECA, constituya una entidad bajo la forma jurídica de una
 9 FUNDACIÓN, la cual deberá llevar el nombre de FUNDACIÓN MENONITA KEKCIII DE
 10 GUATEMALA "FUNDAMENO", y autoriza expresamente por este medio a los miembros de la
 11 Comisión Jurídica de la Iglesia Nacional Evangélica Menonita Guatemalteca para que los mismos
 12 por ser representantes legales de la Iglesia concurren ante los oficios del Notario de la misma
 13 a firmar la escritura Pública constitutiva de la Fundación y cualquier otro documento que fuera
 14 necesario. C) De que advierte a los otorgantes la obligación que tienen de presentar testimonio de esta
 15 escritura a las autoridades del Ministerio de Gobernación para la autorización correspondiente previo pago
 16 de los montos respectivos así como de la obligación de presentar testimonio y el acuerdo respectivo de
 17 autorización en su oportunidad a los respectivos registros. D) De que los otorgantes leen por sí mismos la
 18 presente Escritura Pública, y enterados e instruidos de su contenido, objeto, validez, y efectos legales,
 19 la ratifican, aceptan y firman. TESTADOS: Otorgar Financiamiento y Créditos,
 20 Anuencia y prestación de Servicios; onfance. Entreprerplona
 21 duras: Anover actividades, Anover actividades; leanse.

MINISTERIO DE
FINANZAS Y PUBLICAS



(P) PABLO TZUL CACAO



26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50

Sebastian CUC TZI

(F) SEBASTIAN CUC TZI

Jose Xol Tzul

(F) JOSE XOL TZUL

J.M. Tzur

(F) JOSE MARIA TZUR (UNICO APELLIDO)

ANTE MI

[Handwritten signature]



REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS RAZÓN INSCRIPCIÓN NOMBRAMIENTO

Con base al acta notarial autorizada en la Ciudad de San Pedro Carchá, Departamento de Alta Verapaz, de fecha 18/01/2013, por el (la) Notario(a) Elsa Marina Pop Ponce, se inscribe en este Registro bajo la partida número **44752**, folio **44752**, del libro **1** del Sistema Único del Registro Electrónico de Personas Jurídicas, el nombramiento del Señor (a) GERARDO CABNAL POÓU, como PRESIDENTE Y REPRESENTANTE LEGAL de la entidad FUNDACIÓN MONTA KEKCHI DE GUATEMALA, (FUNDAMENTO), inscrita en : Registro Civil de la Municipalidad de San Pedro Carchá, Departamento de Alta Verapaz bajo la(s) partida(s) 08-98, folio(s) 57 de(l) (los) libro(s) 3 de Personas Jurídicas. Plazo del cargo: Vence el 14/11/2014. Guatemala, 28/01/2013. Solicitud SIRPEJU No. **5113012436K**

El Registro del presente documento no prejuzga sobre el contenido ni validez del mismo, ni del original que reproduce y no convalida hechos o actos nulos o ilícitos.

Acuerdo Gubernativo Número 404-2011, Artículo 2, Honorarios Q.75.00



Lic. José Vicente Pérez Rivas
REGISTRADOR
REGISTRO DE LAS PERSONAS JURÍDICAS



MUNICIPALIDAD DE SAN PEDRO CARCHA,
DEPARTAMENTO DE ALTA VERAPAZ,
REPUBLICA DE GUATEMALA, C. A.

Nº 26881

El Registrador Civil de San Pedro Carchá, Alta Verapaz.-----
C E R T I F I C A : Que a folio No. 57, libro 3 de Personas Jurídicas sobre
 de la que copiada literalmente dice: ACTA No. 08-98, Registro Civil de la
 ciudad de San Pedro Carchá, Alta Verapaz, a once de junio de mil novecien-
 tos noventa y ocho, ante mí: Sebastián Mejía Ortiz, Registrador Civil, hago -
 constar que a petición del señor: Pablo Tzul Cacao, de cuarenta y siete --
 años de edad, casado, guatemalteco, solicita la inscripción de la fundación
 Menonita Kekchí de Guatemala, (FUNDAMENO), y en cumplimiento de la ley pro-
 cado a dejar constancia de lo siguiente: Mediante acta notarial No. 27, de
 fecha diecinueve de septiembre de mil novecientos noventa y siete, autorizada
 en esta Ciudad por el notario David Francisco Valla Morán, cuya personali-
 dad jurídica fué reconocida por el Acuerdo Ministerial No. 134-98, del mi-
 nisterio de Gobernación, de fecha 13 de abril del corriente año, quedando
 aprobado sus estatutos y asimismo dicho acuerdo fué publicado en el Diario
 Oficial de fecha 15 de mayo de 1998, por lo que habiéndose cumplido con los
 requisitos legales se inscriba como Persona Jurídica. Arts. 370 y 438 Dto.
 Ley No. 106. Firmas ilegibles del Alcalde Municipal y Registrador Civil. --



SIN. A N O T A C I O N E S . -----

Y, para los usos legales, extendo la presente certificación en San Pedro
 Carchá, Alta Verapaz, a once de junio de mil novecientos noventa y ocho. Mnos
 Q1.00 Dto. Leg. 111-96.-

Sebastián Mejía Ortiz
 REGISTRADOR CIVIL
 MUNICIPALIDAD DE SAN PEDRO CARCHA, S. A.

copio y confronto
 Of. de Reg. Civil.

MINISTERIO DE GOBERNACION
PALACIO NACIONAL

GUATEMALA, C. A.

10022-00-0-001(T.M)

Nº 544

Ref. PPG/mchg

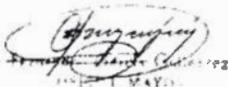
T.970715.

Guatemala,
17 de abril de 1998.

Señor
PABLO TZUL CACAO
11 Ave. 13-03 zona 1
Ciudad

Tengo el agrado de dirigirme a usted, remitiéndola para su conocimiento y efectos consiguientes (3) fotocopia (s) del Acuerdo que se detalla al pie de la presente.

Sin otro particular, aprovecho la oportunidad para suscribirme de usted atentamente.


Ministerio de Gobernación

ACUERDO: MINISTERIAL

NUMERO: 134-98

FECHA: 13 de abril de 1998

INTERESADO: FUNDACION MERONITA KEKCHI DE GUATEMALA, (FUNDAMENO),-

SIRVASE ENVIAR DOS FOTOCOPIAS DEBIDAMENTE CERTIFICADAS
AL DIARIO OFICIAL, PARA SU PUBLICACION.

Banco del Agro

DEPOSITO MONETARIO

No. 0172843

GUATEMALA DIA 19 MES Septiembre AÑO 1997

CUENTA **** 49-0038295-9****

NOMBRE FUNDACION MENCITA K'EKCHI DE GUATEMALA - EN FORMACION

EFFECTIVO	
CHEQUES ESTE BANCO	
CHEQUES OTROS BANCOS	50,000.00
CHEQUES DEL EXTERIOR	
TOTAL	50,000.00

TOTAL QUITADO EN LETRAS CINCUENTA MIL QUETZALES EXACTOS. *****

DETALLE DE CHEQUES

	NUMERO	MONTO
1	2901858	50,000.00
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		

RECORRIDO EN LA OFICINA DE CUENTAS

RECORRIDO EN LA OFICINA DE CUENTAS

BANCO DEL AGRO S.A.
NANDY HENNINGBERG
RECEPTOR

ESTE RECIBO DE DEPÓSITO SE EMITE AL MOMENTO DE DEPOSITAR EL DINERO EN CASH O CHEQUES EN CASH. EL CLIENTE DEBE VERIFICAR EL MONTO DEPOSITADO EN SU CUENTA DE DEPÓSITO MONETARIO EN SU BANCO.

En la Ciudad de San Pedro Carchá Alta Verapaz, siendo las nueve horas con quince minutos del día diecho de Enero de dos mil trece, YO, **ELSA MARINA POP PONCE**, Notaria, constituida en mi Bufete Legal, ubicada en la tercera avenida seis guión cuarenta y tres de la zona dos de esta Ciudad, a requerimiento del señor **GERARDO CABNAL POÓU**, de cuarenta y dos años de edad, casado, guatemalteco, agricultor, de este domicilio, con Documento Personal de Identificación CUI número mil seiscientos ochenta y cinco, cuarenta y seis mil trescientos treinta y uno, y mil seiscientos uno (1784 4731 1601) extendido por el Registro Nacional de las Personas de Cobán, Alta Verapaz, con el objeto de extender su nombramiento como **PRESIDENTE Y REPRESENTANTE LEGAL de la entidad FUNDACIÓN MENONITA KEKCHI DE GUATEMALA, "FUNDAMENO"**, por lo que procedo de la manera siguiente: **PRIMERO:** El señor **GERARDO CABNAL POÓU**, me pone a la vista los documentos siguientes: a) Testimonio de la escritura pública número Ochenta y siete, autorizada en San Pedro Carchá Alta Verapaz, el día diecinueve de septiembre de mil novecientos noventa y siete, por el notario David Francisco Valle Morán, en la que se constituyó la entidad denominada **FUNDACIÓN MENONITA KEKCHI DE GUATEMALA FUNDAMENO**, indicando que en su cláusula Vigésima cuarta, que el Presidente representa legalmente a la Entidad y ejercerá su personería jurídica en todos los actos y contratos en que la fundación principal tenga interés; b) Copia certificada del Acuerdo Ministerial número Ciento treinta y cuatro guión noventa y ocho (124-98), de fecha trece de abril de mil novecientos noventa y ocho, que aprueba el funcionamiento y reconoce la personalidad jurídica de la entidad mencionada; c) Certificación extendida por el Registro Civil de la Municipalidad de San Pedro Carchá, departamento de Alta Verapaz, con fecha once de mayo de mil novecientos noventa y ocho, en la cual consta que la relacionada entidad se encuentra debidamente inscrita en la Rábrica número seis guión noventa y ocho (60-98), folio cincuenta y



Apruébase el funcionamiento de la FUNDACION MENONITA KEKCHI DE GUATEMALA (FUNDAMENO).

ACUERDO MINISTERIAL No. 134-98

Patuco Nacional, Guatemala, 13 de abril de 1998.

El Ministro de Gobernación,

CONSIDERANDO:

Que la FUNDACION MENONITA KEKCHI DE GUATEMALA (FUNDAMENO), con fecha treinta de septiembre de mil novecientos noventa y siete, por medio del señor PAULO TZUL CACAO, se presentó a este Ministerio, solicitando aprobar su funcionamiento y reconocer su personalidad jurídica.

CONSIDERANDO:

Que la Asesoría Jurídica de este Ministerio y la Sección de Consultoría de la Procuraduría General de la Nación, emitieron opiniones favorables y que el Instrumento Público en que consta el acto de fundación, llena los requisitos legales exigibles, por lo que es procedente emitir la respectiva disposición legal.

POR TANTO:

En ejercicio de las funciones que le confieren los artículos 194, incisos a) y f) de la Constitución Política de la República de Guatemala; 15, inciso 2o., 20 y 31 del Código Civil; 27 inciso m) y 36 inciso b) de la Ley del Organismo Ejecutivo, Decreto número 114-97 del Congreso de la República de Guatemala; y con base en lo preceptuado por el Acuerdo Gubernativo número 515-93 de fecha 6 de octubre de 1993.

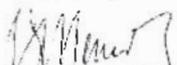
ACUERDA:

ARTICULO 1o. Aprobar el funcionamiento y reconocer la personalidad jurídica de la FUNDACION MENONITA KEKCHI DE GUATEMALA (FUNDAMENO), la que se registró conforme a las normas contenidas en el Instrumento Público número 87 de fecha diecinueve de septiembre de mil novecientos noventa y siete, autorizado en el municipio de San Pedro Carchá, Departamento de Alta Verapaz, por el Notario David Francisco Valle Morán.

ARTICULO 2o. La Fundación queda sujeta a la supervisión del Estado, quien debe vigilar porque los bienes de la misma se empleen conforme a su destino.

ARTICULO 3o. El presente Acuerdo empezará a regir a partir del día siguiente de su publicación en el Diario Oficial.

COMUNIQUESE,


Rodolfo A. Mendoza Rosales
Ministro de Gobernación




Lic. Oscar Amílcar Pineda Herrera
VICEMINISTRO DE GOBERNACION

- 2782-36 -

ANEXO 3

CONSTANCIA DE PRÁCTICA EMPRESARIAL DIRIGIDA



FUNDAMENO

FUNDACION MENONITA K'EKCHI' DE GUATEMALA

9a. Calle 2-25, Zona 2
San Pedro Carchá,
Alta Verapaz, Guatemala

Apartado Postal No. 1
Teléfono: 7951-6385 Telefax: 7951-6041
Correo Electrónico: fundameno@gmail.com

CONSTANCIA DE PRACTICA PROFESIONAL

Por medio de la presente se hace constar que el señor. Rafael Itzep Ixcoy, quien se identifica con Documento de Identificación Personal No. 1636 88281 0805 extendida en Cobán, Alta Verapaz y Carné 201305960 de la Universidad Panamericana de Guatemala, ha realizado Práctica Empresarial Dirigida (PED) en el área administrativa de la entidad, realizando las funciones administrativas necesarias desde el 01 de Junio al 30 de Noviembre de 2013; habiendo realizado una propuesta de plan de comunicación e imagen para la fundación, con lo cual estamos muy agradecidos por la herramienta administrativa proporcionada y al mismo tiempo felicitamos a la Universidad Panamericana por tales iniciativas.

Se extiende la presente certificación en hoja de papel bond membretada, sellada y firmada de referente a la práctica profesional.

San Pedro Carchá, Alta Verapaz 22 de Abril del 2014.

Rafael Itzep Ixcoy
Director de programas

VISION

Seamos la organización que lleve esperanza y luz a las más necesitadas, proporcionándoles óptima calidad de vida y desarrollo integral asistencial y sustentable.

MISION

Somos una organización trinitaria, imagen de Dios, que materializamos nuestra fe a través de obras y palabras, para el desarrollo integral de las comunidades más necesitadas. Satisficemos necesidades morales, espirituales y materiales para mejorar la calidad de vida en Guatemala.

VALORES

Humidad	Pluriculturalidad
Lealtad	Desarrollo Integral
Servicio	Valores Humanos