

Universidad de Lima
Facultad de Comunicación
Carrera de Comunicación



Plan de comunicación estratégico externo de una organización no gubernamental de Lima Metropolitana

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título Profesional de Licenciado en
Comunicación

Patricia Maria Isabel Koo Mateo

Código 20140682

Asesor

Rodolfo Herrera Santamaría

Lima – Perú
[Diciembre, 2020]

RESUMEN

El presente proyecto comunicacional intervino, durante los meses de abril a septiembre del 2019, el ámbito externo de la organización no gubernamental Educa.Impacta.Crece, enfocada en brindar talleres que desarrollen las habilidades socioemocionales de estudiantes entre seis a ocho años del IE Fe y Alegría N° 24 de Villa María Del Triunfo. Luego de realizar un análisis holístico y el desarrollo de un marco lógico con el principal objetivo de lograr la atracción de 32 nuevos voluntarios para el semestre 2019-2, se realizaron estrategias y parillas de publicaciones para sus páginas de Facebook e Instagram, un manual de marca en base al preexistente, piezas gráficas y audiovisuales, así como un *brochure* y una presentación institucional para la realización de visitas de captación de nuevos miembros y empresas donantes de alimentos, materiales de aula, bienes económicos y/o voluntariado corporativo. La totalidad de los materiales desarrollados fueron aprobados por representantes de la institución e implementados en dos fases. La primera etapa abarcó los meses de abril a julio; la segunda, agosto y setiembre. Para el 16 de septiembre del 2019 se había logrado la meta esperada, confirmando el éxito del proyecto.

Palabras clave: Comunicación externa, organización no gubernamental, habilidades socioemocionales, redes sociales, voluntarios, visitas institucionales.

ABSTRACT

The present communicational project intervened, during the months of April to September 2019, the external sphere of the non-governmental organization Educa.Impacta.Crece, focused in providing classes that develop the socio-emotional skills of students between six and eight years of IE Fe y Alegría N° 24 of Villa María Del Triunfo. After carrying out a holistic analysis and the development of a logical framework with the main objective of attracting 32 new volunteers for the 2019-2 semester, strategies and publication grids were done for its Facebook and Instagram pages, a manual of brand based on the pre-existing one, graphic and audiovisual pieces, as well as a brochure and an institutional presentation for conducting visits to attract new members and donor companies of food, classroom materials, economic goods and/or corporate volunteering. All the materials developed were approved by representatives of the institution and implemented in two phases. The first stage covered the months of April to July; the second, August and September. By Sept. 16, 2019, the expected goal had been achieved, confirming the success of the project.

Keywords: External communication, non-governmental organization, socio-emotional skills, social networks, volunteers, institutional visits.