



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA

UNIVERSIDAD MONTEÁVILA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**PROPUESTA DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE COMUNICACIÓN
CORPORATIVA PARA LA FUNDACIÓN ALAS DE ÁNGEL VENEZUELA**

Autores:

Bruzual, Geraldine

Correa, María Carolina

Rivas, María Alejandra

Profesor Coordinador:

Gómez, Andreina

Caracas, 15 de marzo de 2018

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
COORDINACIÓN PROYECTOS FINALES DE CARRERA

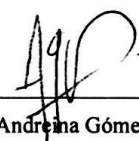
Estimada profesora Andreina Gómez,

En la Coordinación de los Proyectos Finales de Carrera, quisiéramos tener la confirmación de que usted será el profesor coordinador del proyecto que versará sobre la fundación alas de ángel, presentado por los alumnos de V año de la Universidad Monteávila María Alejandra Rivas, María Carolina Correa, Geraldine Bruzual para optar al grado de Licenciados en Comunicación Social de esta casa de estudios. El proyecto fue aprobado por el Comité de PFC, por lo que los alumnos podrán continuar con el desarrollo de su trabajo, bajo su coordinación y el apoyo de la Escuela de Comunicación Social.

Algunas de las funciones del profesor coordinador son las siguientes:

1. *Su función es la de hacer seguimiento al alumno en el cumplimiento del cronograma de trabajo y la estrategia planteada.*
2. *Debe fijar el cronograma de entregas. Una vez que lo haya hecho, debe comunicárselos al alumno.*
3. *Debe reunirse constantemente (se recomienda semanal o quincenalmente) con el alumno para ir asesorando los pasos y decisiones que va tomando en la ejecución de su Proyecto.*
4. *El coordinador deberá dar reportes a la Coordinación general de PFC sobre el desempeño de sus alumnos coordinados. La Coordinación, está a cargo de las profesoras Francys Figueroa y Mercedes González.*
5. *El coordinador debe hacer seguimiento al alumno con respecto a dudas que puedan surgir. Es favorable que el coordinador recomiende al alumno la consultoría con otros asesores puntuales que canalicen las inquietudes del estudiante con respecto a aspectos específicos de la temática o de la realización del PFC. Ejemplo: experto en planteamiento de proyectos, experto en elaboración de presupuestos, experto en realización del storyboard.*

Reina Delgado
Coordinación PFC



Andreina Gómez
Profesor coordinador del proyecto

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a: Dios, por darme vida y salud para permitirme lograr todos mis objetivos. A toda mi familia Bruzual e Ignoto, especialmente a mis padres, Alberto Bruzual y Rosa Ignoto; y a mis hermanas, Yoseline Bruzual y Erika Gil, por todo el apoyo en cada paso que di para lograr esta meta, por cada consejo y los valores que me inculcaron durante mi vida, por motivarme a ser una buena persona siempre y especialmente por todo el cariño. A mi novio, Mario Bruno por estar conmigo y apoyarme, por las palabras de aliento durante este recorrido y sobre todo por el amor que me da. A mis amigas María Carolina Correa, Alejandra Rivas, Catherine Da Silva y Viviana Ramírez, por vivir conmigo esta etapa que por el apoyo mutuo que nos dimos pudimos lograr.

A mi colegio, Instituto Mano Amiga y a mi casa de estudios, Universidad Monteávila, por ser un pilar fundamental para mi educación y por hacer de mí una profesional.

Geraldine Bruzual

Quiero comenzar dedicando este proyecto a todas aquellas personas que me apoyaron desde que toda esta aventura comenzó, principalmente a Dios por siempre darme fortaleza y guía para emprender los proyectos que me propongo y lo llamo aventura porque fue el comienzo del final, del final más esperado y anhelado pero a la vez el que más nostalgia dará por ser el fin de un ciclo. A mis padres que me apoyaron desde que les dije que tenía que realizar mi tesis y les pedí ayuda de sobre que podía hacerla, a mi hermano quien lamentablemente no pudo acompañarme físicamente por estar en otro país pero quien desde la distancia siempre ha sido pilar fundamental de mi vida y me ha guiado en cada

situación, también a mis amigos y amigas que se aguantaron cada momento en el que hablé de ello y dije que tenía que hacer tesis y reunirme con la tutora o simplemente les decía que no podía verlos por estar ocupada con mi proyecto, y por último a mis tan apreciadas compañeras que desde un primer momento estuvieron dispuestas a darse tropezones conmigo en este corto camino pero tan largo que se sintió por todos los obstáculos que tuvimos y que en ningún momento dudaron de estar conmigo en esta experiencia, pero que gracias a dios pudimos superar y llegar a este punto en el que por fin podemos decir tesis lista.

María Carolina Correa

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mi madre, por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones. A mi padre, por siempre motivarme a estudiar y ser mejor cada día. A mi hermana por soportar cada noche de estudio y a mi hermano por siempre tener una solución a mis problemas. A mi novio por hacerme entrar en razón en cada momento de tensión, apoyándome y haciéndome ver el lado bueno de las cosas.

A mis dos amigas María Carolina Correa y Geraldine Bruzual por estar siempre involucradas con nuestro proyecto, haciendo esta una de las experiencias más especiales de mi vida.

Gracias a todos por ser mi familia y estar presentes en las buenas y en las malas.

María Alejandra Rivas

AGRADECIMIENTOS

Queremos agradecer primeramente a Dios por regalarnos la vida y acompañarnos a lo largo de ella.

A nuestras familias, quienes no guiaron por este camino y nos apoyaron en todo momento, gracias por los valores inculcados que hoy en día son la base de nuestra educación como personas y profesionales.

A nuestra casa de estudios, la Universidad Monteávila y a todos los profesores que fueron un pilar importante a lo largo de nuestra carrera. Gracias por brindarnos las herramientas necesarias para la realización de este proyecto y por la excelencia educativa con la cual nos formaron.

A todas las personas que de alguna manera nos apoyaron, en especial a nuestra tutora Andreina Gómez, quien apoyo y nos orientó durante todo el proceso; también queremos agradecer a la profesora y asesora, María Gabriela López Miota, por cada consejo y por todas las críticas constructivas que nos realizó.

Por último y no menos importante, a la Fundación “Alas de Ángel”, a cada uno los fundadores y voluntarios, por el compromiso que tienen y todo el trabajo que hacen por Venezuela; gracias por permitirnos trabajar con ustedes para desarrollar nuestro Proyecto Final de Carrera.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	9
1.1. Introducción.....	9
1.2. Planteamiento del problema.....	10
1.2.1. Descripción del problema.....	10
1.2.2. Formulación del problema.....	11
1.3. Fundación “Alas de Ángel”	11
1.3.1. Historia.....	11
1.3.2. Antecedentes de la fundación	12
1.4. Antecedentes del proyecto.....	13
1.5. Justificación de proyecto.....	14
1.6. Objetivo general.....	15
1.7. Objetivos específicos.....	15
2. MARCO TEÓRICO.....	17
2.1. Organización.....	17
2.1.1. Organización social.....	18
2.1.2. Organización sin fines de lucro.....	18
2.2. Comunicación organizacional.....	19
2.3. Mercadeo social.....	20
2.4. Planificación estratégica.....	20
2.4.1. Elementos.....	21
- Misión.....	22
- Visión.....	22

- Valores.....	23
- Matriz DOFA.....	23
- Redes sociales.....	24
- Organigrama.....	25
3. MARCO METODOLÓGICO.....	26
3.1. Planteamiento y formulación del problema.....	26
3.2. Selección del tema.....	27
3.3. Metodología aplicada.....	27
3.3.1. Fase 1.....	27
3.3.2. Fase 2.....	28
3.3.3. Fase 3.....	28
3.3.4. Fase 4.....	29
4. PROPUESTA.....	31
4.1. Plan estratégico de comunicación corporativa para la fundación “Alas de Ángel”.....	31
4.1.1. ¿Quiénes somos?.....	31
4.1.2. Misión.....	31
4.1.3. Visión.....	31
4.1.4. Valores.....	32
4.1.5. Objetivos.....	32
4.1.6. Matriz DOFA.....	33
4.1.7. Organigrama.....	38
4.1.8. Mensajes claves.....	39
4.1.9. Estrategias.....	41

5. CONCLUSIÓN.....	47
6. BIBLIOGRAFÍA.....	47
7. ANEXOS.....	50

1. INTRODUCCION

1.1. Introducción

La fundación “Alas de Ángel” es una organización social sin fines de lucro que nace de la preocupación que sienten sus fundadores al ver una población del país en situación precaria, personas mayores, adolescentes y niños. A través de donaciones logran recaudar insumos (comida, ropa, entre otros) para llegar a las personas afectadas en toda Caracas y así poder ayudarlos.

La organización no solo busca beneficiar a las personas en situación de calle, también busca rescatar los valores que en algún momento caracterizaron a los venezolanos, y de esta forma llevar sus actividades y logros a otra escala de manera sencilla y directa.

La comunicación es el pilar de todo lo que nos rodea, toda empresa u organización debe tener una comunicación adecuada para así poder obtener productividad, en los procesos laborales se debe tener un plan de comunicaciones perfecto para que el trabajo sea eficaz y productivo.

A pesar de su trayectoria, “Alas de Ángel” no cuenta con una plataforma comunicacional. El objetivo central de este proyecto final de carrera fue realizar una propuesta de planificación estratégica de comunicación corporativa para la fundación “Alas de Ángel” y así difundir la labor que desarrolla la misma, para de esta manera poder sumar recursos humanos y financieros.

Para realizar la propuesta de un plan estratégico para dicha organización se realizó un análisis de la misma, el cual es muy importante para la elaboración de la planificación;

al tener el estudio de la fundación procedimos a la realización de una propuesta completa para el posicionamiento de “Alas de Ángel”.

1.2. Planteamiento del problema

1.2.1 Descripción del problema:

La crisis económica que incide en el ámbito social venezolano comienza por un despilfarro, debido al aumento de los niveles del precio del petróleo, que aumentó en un promedio a 90\$ por barril en el 2005, debido al aumento del gasto público, el cual era sostenido por el barril del precio del petróleo. Cuando los precios empiezan a bajar, en el 2013 se empieza a ver una reacción en la economía que se vuelve insostenible debido al exceso de gastos públicos que existen en el país. En el 2015, la inflación del 180,9% fue una problemática progresiva ya que desde el 2005 hasta el 2015 se desarrollaron políticas de control de cambio, controles de precio, que traen como consecuencia la destrucción de la producción nacional, dada esta situación los productos tuvieron que ser suplantados con importaciones. Al bajar los precios del petróleo las importaciones disminuyen por lo tanto la inflación comienza a aumentar y el poder adquisitivo del venezolano empieza a disminuir. Sumado a esto los controles de precio se vuelven más estrictos, más radicales, lo que incide directamente en un aumento de la inflación, tal como se puede ver en este año 2018 con un incremento de 2.068,5% aproximadamente según el Fondo Monetario Internacional y un aceleramiento de la disminución del poder adquisitivo, afectando de manera indiscutible, según datos de la Comisión Económica para América Latina y El Caribe, aproximadamente 180 millones de personas a una situación de pobreza extrema.

En el mismo orden de ideas, se puede observar que dada la crisis que actualmente viven los venezolanos, los trabajadores son despedidos de sus empleos, situación que genera una amplia tasa de desempleo aproximada de 850.262, trayendo consigo como consecuencia que los ciudadanos no tengan recursos y se vean obligados a: revisar la basura en busca de comida para poder sobrevivir, pidiendo limosna en los semáforos para poder comprar algún alimento y en los peores momentos de desesperación llegan a hurtar por necesidad.

Debido a esta situación nace la fundación “Alas de Ángel”, la cual busca ayudar a las personas afectadas en situación de calle de toda Caracas.

1.2.2 Formulación del problema

La fundación no cuenta con un plan de comunicaciones, el cual es muy importante para toda empresa u organización, para que la misma sea exitosa es necesario que exista una comunicación corporativa eficaz.

Este proyecto final de carrera le aportará a “Alas de Ángel” los beneficios de una planificación estratégica de comunicación corporativa para dar a conocer la misma y que puedan hacer una mejor labor.

1.3. Fundación “Alas de Ángel”

1.3.1. Historia

“Alas de Ángel” nació en Venezuela en el año 2008, como iniciativa de un grupo de voluntarios (estudiantes y profesionales jóvenes), para ayudar a las personas que se

encontraban en situación de calle. Las acciones iniciales de apoyo consistieron en organizar colectas de dinero para la compra de alimentos y distribuirlos entre los más necesitados.

En 2017, ante el recrudecimiento de los problemas económicos del país, redefinieron su foco y se dedicaron a apoyar a la población más vulnerable: niños, niñas y adolescentes en situación de calle, no solo a través del suministro de alimentos, sino también con acciones que buscan su inserción en la sociedad.

Para ello, llevan a cabo jornadas de recaudación de fondos entre la sociedad civil y de recolección de ropa, calzado, libros y comida en universidades privadas, que son distribuidos entre los niños, niñas y adolescentes en situación de calle de los municipios Sucre, Chacao, Baruta y Libertador.

En 10 años de actividad, en “Alas de Ángel” han logrado dar la mano a cerca de 300 niños, niñas y adolescentes, gracias a la labor de un equipo de 13 personas (tres directivos y 10 voluntarios); un equipo convencido de que el trabajo de pocos puede influir en la mentalidad de muchos y en el bienestar de más personas y del país.

1.3.2. Antecedentes de la fundación

“Alas de Ángel” tiene 10 años de creada. De sus fundadores iniciales, solo quedan dos. Asimismo, su objetivo inicial fue dar ayuda a personas en situación de calle. En 2017, ante el recrudecimiento de los problemas económicos del país (pobreza de 87% y pobreza extrema de 61,2%; desarrollo de hiperinflación; control del Estado de gran parte de distribución de alimentos mediante las CLAP; continua pérdida del poder adquisitivo; desarrollo de estrategias de supervivencia; más difícil la sustitución de alimentos; colapso de la infraestructura de alimentación y de salud -Encuesta Nacional de Condiciones de Vida

Venezuela 2017-), la fundación redefinió su foco de atención y se dedica a apoyar a la población más vulnerable: niños, niñas y adolescentes en situación de calle, no solo a través del suministro de alimentos, sino también con acciones que buscan su inserción en la sociedad.

Para el apoyo, lleva a cabo jornadas de recaudación de fondos entre la sociedad civil y de recolección de ropa, calzado, libros y comida en algunas universidades privadas.

Si bien la fundación suma una década de actividad, tiempo en el que ha ayudado a cerca de 300 niños, niñas y adolescentes, su labor es poco conocida, lo que redundo en:

- Carencia de recursos y alimentos para ser distribuidos en las jornadas.
- Pocos voluntarios.
- Falta de alianzas con empresas y con las alcaldías en las que desarrolla su trabajo.

1.4. Antecedentes del proyecto

En primer lugar, en el 2009 fue presentado en la Universidad Monteávila (UMA), como proyecto final de carrera, un “proyecto desarrollo del plan de comunicaciones para AVCOM, C.A”, por los estudiantes Santiago Domínguez y Victoria Pérez. El mismo propuso un plan comunicacional con diversas estrategias que permiten ofrecer soluciones efectivas, contribuyendo eso a su vez con el proyecto que tiene como objetivo desarrollar un plan de comunicaciones para AVCOM, para establecer un plan que busque crear sentido de identidad.

Por otro lado, Rodolfo Colmenares, en el 2007, presento como tesis de grado para la UMA una “Planificación estratégica comunicacional y de mercado para la organización

Campamento Khenaya”. En el proyecto buscó aplicar los conceptos organizacionales de planificación estratégica. Su función fue aportar valor a esta organización y apoyarla a ser más competitiva. El desarrollo de este proceso fue a través de un análisis del entorno del campamento y evaluando los aspectos positivos y negativos del mismo.

Así mismo, otro trabajo final de carrera de la UMA, fue el de la alumna Amanda Hernández en el 2007. El mismo fue titulado “Proyecto empresa de la organización Live Frecuencia: desarrollo de una filosofía de gestión y creación de una revista de música”, el cual trata sobre la elaboración de un manual de gestión para la organización Live Frecuencia S.R.L empresa que se constituye en julio del 2006, esta empresa conforma dos líneas de negocios, una es una línea de sonido y video en general y la otra es una línea informativa (revista y su creación).

El estudio llegó a la conclusión que la rama de sonido video en Caracas carece de asesoría, estrategias de mercado, y planificación estratégica.

Por último y no menos importante, para la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), Mariam Barbar y Raquel Padilla realizaron su proyecto final de carrea en septiembre del 2013, el cual trataba sobre el “Diseño de una estrategia de comunicaciones integradas para la asociación civil “Vive para servir”. El mismo surge al ver la necesidad de la organización de actualizarse, se plantea un diseño de una estrategia que permita mejorar las comunicaciones de la misma.

1.5. Justificación del proyecto final de carrera

Según investigaciones toda empresa, organización o institución debe contar con un plan de comunicaciones, dicha planificación marca la dirección de la misma, esto hace que el trabajo sea más sencillo y de calidad.

Este análisis despertó un interés de obtener una planificación estratégica para la fundación “Alas de Ángel”, que a pesar que tenía años brindando servicio no contaba con el mismo.

El objetivo de este proyecto final de carrera es elaborar una propuesta de ese plan estratégico de comunicación corporativa para “Alas de Ángel”, con el fin de mejorar el trabajo comunicacional dentro de la misma, para que obtenga un impulso, dándose a conocer y así poder obtener más donaciones para cumplir con esta labor.

1.6. Objetivo general

Desarrollar una propuesta de un plan estratégico de comunicación corporativa, el cual dé a conocer a la fundación “Alas de Ángel” y el trabajo que hacen.

1.7. Objetivos específicos

- 1.7.1. Creación de misión, visión y valores de la organización.
- 1.7.2. Realizar un análisis DOFA para “Alas de Ángel”.
- 1.7.3. Definir mensajes claves que desean ser difundidos.
- 1.7.4. Crear estrategias para dar a conocer a la organización.
- 1.7.5. Definir canales o medios para difundir los mensajes.

1.7.6. Captar la atención de personas que puedan convertirse en donantes de insumos para la fundación.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Organización

Para realizar algún estudio o trabajar para alguna organización es necesario que definamos el significado de la misma, según diferentes fuentes.

La palabra organización viene de “organon”, la misma es de origen griego y significa “instrumento, utensilio, órgano o aquello con lo que se trabaja”

Según el diccionario de La Real Academia Española (DRAE), una organización es una “asociación de personas regulada por un conjunto de normas en función de determinados fines”.

Así mismo el sociólogo alemán, Max Weber, una organización es en "grupo corporativo", el cual es "una relación social que o bien está cerrada hacia afuera, o bien limitada mediante reglas y disposiciones de admisión de personas ajenas. Este objetivo se logra gracias a que tales reglas y órdenes se llevan a la práctica a través de la actuación de individuos específicos, por ejemplo de un director o de un jefe, y de un grupo administrativo."

Otro punto de vista es el de Alberto León, el cual dice que una organización es “un acuerdo entre personas para cooperar en desarrollo de alguna actividad”.

Porter, Lawler & Hackman (1975), afirman que “las organizaciones están compuestas de individuos o grupos en vistas a conseguir ciertos fines y objetivos, por medio de funciones diferenciadas que se procura que estén racionalmente coordinadas y dirigidas y con una cierta continuidad a través del tiempo”.

Una Organización es esa condición necesaria para cualquier actividad, esta implica orden y es ampliamente requerida en el desarrollo de todo plan propuesto, también es

considerada un sistema con fines específicos donde se debe plantear primero lo que se quiere hacer y lograr, los objetivos a alcanzar y después como se van a lograr, de qué manera se van a poner en práctica esas metas. La organización es eso que se forma a través de un propósito necesitado.

2.1.1. Organización social

Según el DRAE, la palabra social es algo “perteneiente o relativo a la sociedad”, es decir algo que se comparte a nivel comunitario.

Una organización social es básicamente similar a una simple organización pero lo que la diferencia es que esta para lograr alcanzar sus objetivos se enfoca en que cada uno de sus integrantes debe desempeñar un rol o papel diferente al del resto pero con el fin de que se puedan llevar a cabo las funciones propias y cumplir los objetivos porque al final se supone que cada uno de esas funciones tienen relación entre si generando un conjunto para lograr los objetivos. Esa relación va caracterizada por la interdependencia. Aquí es donde aparecería el llamado Patrón Sinérgico que es esa red de relaciones de interdependencia entre los componentes los cuales cumplen funciones distintas que es lo que constituye a la organización social.

2.1.2. Organización sin fines de lucro

Se le llama organización sin fines de lucro a empresas u organizaciones privadas a las cuales forman alianzas. La ayuda que se encargan de brindar puede ser a beneficio, de origen religioso, educación, investigación o protección para el ambiente. Estas

organizaciones llevan este nombre debido a que son aquellas que no tienen ningún tipo de propósito ni meta económica o lucrativa, estas se encargan de ayudar de manera comunitaria normalmente.

Estas organizaciones necesitan de igual forma fondos monetarios para llevar a cabo sus planes y servir a las personas, en muchos casos estos fondos los utilizan de los propios dueños y en otros casos aceptan inversiones de otras organizaciones.

Según Maglieri, estas organizaciones ya no solo atienden problemas sociales, sino que también son grandes generadoras de ingresos y empleos.

Estas organizaciones nacen “por necesidad debido a la falta de acción efectiva por parte de las instituciones responsables para atender estos objetivos”.

2.2. Comunicación organizacional

Antes de hablar de comunicación organizacional se debe definir el término “comunicación”; el mismo viene del latín “communicatĭo”, el cual significa compartir.

Según B.F. Lomonosov la “comunicación es todo proceso de interacción social por medio de símbolos y sistemas de mensajes. Incluye todo proceso en el cual la conducta de un ser humano actúa como estímulo de la conducta de otro ser humano. Puede ser verbal, o no verbal, interindividual o intergrupala”.

En el mismo orden de ideas, la comunicación es un proceso de transmisión o intercambio de información entre un individuo y otro que se llamarían emisor y receptor, por medio del cual se decodifica o interpreta cierto mensaje.

En toda empresa, organización o institución debe existir una comunicación organizacional, la cual se define como acciones que se realizan para transmitir o recibir información a través de unos métodos y técnicas de comunicación.

Según Gary Kreps (1995), la comunicación organizacional "es el proceso por medio del cual los miembros recolectan información pertinente acerca de su organización y los cambios que ocurren dentro de ella".

2.3. Mercadeo social

El mercadeo es el principal encargado de identificar tanto necesidades como deseos de clientes y consumidores, además determinar los mercados, diseñar servicios y productos los cuales le generen a estos consumidores y clientes cadenas de valor y que sea algo que le genere rentabilidad a la empresa de manera duradera y sostenible. Este es un proceso social mediante el cual se logra lo que se desea y necesita por medio de la creación, oferta y libre intercambio de esos productos y servicios que otros grupos o personas necesitan.

2.4. Planificación estratégica

Antes de hablar sobre una planificación estratégica se debe saber que es una planificación, para la Real Academia Española, es un "plan general, metódicamente organizado y frecuentemente de gran amplitud, para obtener un objetivo determinado, tal como el desarrollo armónico de una ciudad, el desarrollo económico, la investigación científica, el funcionamiento de una industria, etc."

Por otro lado Stoner, Freeman y Gilbert (2006), afirman que la planificación implica un proceso de establecer metas y elegir medios para alcanzar dichas metas.

Para que una empresa u organización sea exitosa es necesario que cuente con una planificación estratégica.

Para Agrega Jiménez (2002), una planificación estratégica “es el proceso a través del cual el administrador o gerente se orienta a la selección y desarrollo del mejor curso de acción posible entre diferentes alternativas establecidas, a los fines de lograr el objetivo”

Así mismo el Diccionario de Administración de Empresas y Finanzas de la base de datos OCENET, una planificación estratégica es una “actividad organizacional que requiere establecer un curso preestablecido de acciones y estrategias, empezando con la determinación de metas y objetivos.”

Un plan estratégico es un documento formal el cual se realiza para plasmar cuál será la estrategia de la organización o empresa durante un periodo de tiempo estipulado, este es hecho por los encargados. En este plan estratégico se va por parte y consta de unos pasos los cuales son lo que garantizan el éxito de su desempeño.

Por otro lado Janet Shapiro lo define como una “planificación global que permite la buena administración de un proceso”

Para la elaboración del mismo se deben plantear que es lo que se quiere lograr y a donde se quiere llegar con esto, para así después ejercerlo y ver de qué manera se va a realizar para que sea satisfactorio el resultado. Son ciertas estrategias que se plantean para dar con el objetivo.

2.4.1. Elementos

La base de un plan estratégico, son los elementos que constituyen el mismo. Los cuales son “fundamentales que se consideran en un proceso de planificación estratégica son la misión, la visión, los objetivos, los elementos de diagnóstico (FODA) y el plan de acción” (Muchnick, 2000).

- Misión

"Sin una misión clara es imposible practicar la dirección estratégica" (Rafael Muñiz Gonzales).

Una misión es la función que tiene algo o alguien. La misión de una empresa es la que define el trabajo de la misma, es decir la razón de ser.

Según el profesor Rafael Muñiz Gonzales, autor del libro «Marketing en el siglo XXI», la misión "define la razón de ser de la empresa, condiciona sus actividades presentes y futuras, proporciona unidad, sentido de dirección y guía en la toma de decisiones estratégicas".

Así mismo Ferrel y Geoffrey Hirt, autores del libro «Introducción a los Negocios en un Mundo Cambiante», ve la misión de una organización como el propósito general de la misma. “Responde a la pregunta ¿qué se supone que hace la organización?”.

- Visión

Una visión son los objetivos a futuro que pretende alcanzar una persona o grupo de personas. Por otro lado la visión para una organización es “el camino al cual se dirige la

empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad” según Jack Fleitman.

También se puede definir como “la declaración que señala a donde se quiere llegar como organización en un tiempo determinado. Es una mirada hacia el futuro que se basa en la imaginación, sueños, ambiciones y análisis lógico derivadas de informaciones sólidas” (Rodríguez, 2008).

- Valores

Los valores son principios que le permiten a los seres humanos y en este caso a empresas mediante su conducta realizarse como mejores personas u organizaciones.

Los autores García y Dolan (1997), definen los valores como “aprendizajes relativamente estables en el tiempo de que una forma de actuar es mejor que la opuesta para conseguir nuestros fines o lo que es lo mismo, para conseguir que nos salgan bien las cosas.

- Matriz DOFA

Su nombre viene de las palabras: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades La matriz DOFA o análisis, es una estrategia de las empresas u organizaciones, que tiene como objetivo aplicar la misma para dar un análisis claro para la toma de decisiones de la organización.

Las debilidades son las cosas que le faltan a la organización; las amenazas son las que ponen en peligro a la empresa; en oportunidades tenemos los puntos positivos que se

pueden mejorar; y por ultimo las fortalezas son los recursos que tiene la empresa, los cuales pueden utilizarse como oportunidades para conseguir ventajas.

El objetivo de toda comunicación son los mensajes, el cual según la Real Academia Española, es un “conjunto de señales, signos o símbolos que son objeto de una comunicación”; también lo define como un “recado que envía alguien a otra persona”.

- Redes sociales

Una red social es una plataforma ya sea vía web o por medio de una aplicación, la cual es utilizada por distintas personas para una serie de fines diversos que podrían ser laborales, relaciones interpersonales, promoción, entre otras cosas. Por medio de estas las personas, grupos o individuos son relacionadas socialmente a través de un vínculo. Se trata de una interrelación de contenido de diferentes bases de datos.

“Entendida como un conjunto de puntos (actores sociales) vinculados por una serie de relaciones que cumplen determinadas propiedades. Las redes sociales gozan de una estructura y una morfología propias, cuyas cualidades, como la posibilidad de cuantificar las relaciones y su consiguiente tratamiento matemático, evidencian importantes aplicaciones para el análisis e interpretación de las conductas sociales. En este trabajo se muestran algunas de las muchas aplicaciones que permite esta vía de análisis” “Muchas veces se ha usado la imagen metafórica de red para referirse a una serie compleja de interrelaciones dentro de un sistema social”, Así es como lo afirma Félix Requena Santos de la Universidad de Málaga.

Según Harold Hutt Herrera, “Las redes sociales han marcado un hito en materia de difusión masiva, debido a su alcance, características e impacto en la sociedad actual. Son

utilizadas tanto por individuos como por empresas, dado que permiten lograr una comunicación interactiva y dinámica. Durante los últimos años, han surgido muchos tipos de redes sociales, tanto en el ámbito social o general, como en el corporativo, para efectos de negocios, o bien en temas específicos de interés de grupos o segmentos determinados. Sin embargo, el objetivo común se cumple en el tanto se logra una comunicación fluida y eficaz con grupos específicos de interés, incluyendo esto desde la posibilidad de atender la necesidad de pertenencia social hasta facilitar la proyección y posicionamiento de empresas, bienes, servicios, o incluso para ser utilizadas en campañas políticas”.

- Organigrama

Según Benjamin Franklin, un organigrama es “la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas o unidades administrativas”, en las que se muestran las relaciones que guardan entre sí los órganos que la componen.

Así mismo, Ferrel, Hirt, Adriaenséns, Flores y Ramos, autores del libro “Introducción a los Negocios en un Mundo Cambiante”, definen el organigrama como una “representación visual de la estructura organizacional, líneas de autoridad, (cadena de mando), relaciones de personal, comités permanentes y líneas de comunicación”.

3. MARCO METODOLOGICO

3.1. Planteamiento y formulación del problema

El mundo se encuentra en constante cambio gracias a la tecnología, siendo esa la razón por la que las empresas deben actualizarse y dirigirse al mundo de la tecnología, logrando así asegurar el futuro y éxito de la misma. Es por esto que las empresas necesitan desarrollar un buen plan estratégico para poder crear impacto en cada una de las redes sociales.

La fundación Alas de Ángel es una organización sin fines de lucro relativamente nueva que busca apoyar y ofrecer bienestar a niños, niñas y adolescentes en situación social precaria, para de esta forma contribuir con la mejora de sus condiciones de vida presente y futura. Asistiendo y sirviendo a quienes más lo necesitan.

El mercado de apoyo social ha crecido increíblemente en los últimos años, lo que ha hecho que se generen grandes competencias entre las fundaciones, ya sea por ser conocida o conseguir patrocinios. Al esto convertirse en un reto en muy poco tiempo han surgido fundaciones con la intención de también poner su granito de arena en el país.

Es por esto que las fundaciones ya existentes se encuentran en constantes actualizaciones ya sea estructurales como organizacionales. Para lograr el éxito de estas actualizaciones la fundación debe regirse por un plan estratégico creado previamente, para de esa manera poder aumentar los patrocinadores y voluntarios como a su vez el rendimiento de la fundación.

El constante surgimiento de fundaciones exige que las otras fundaciones se encuentren en mejoras, ya sea de sus actividades, visiones, o hasta de sus instalaciones en caso de poseerlas.

Al buscar beneficiar y ayudar a niños, niñas y adolescentes en situación social precaria, las actividades a realizar deben ser establecidas muy minuciosamente ya que se debe velar por la responsabilidad y seguridad tanto de los afectados, como de los voluntarios.

El aspecto hablado anteriormente hace que la planificación estratégica sea crucial para la ejecución de los planes u eventos a realizar, garantizando de esa forma que todo funcione de la manera más óptima.

3.2. Selección del tema:

En el presente trabajo de grado se plantea la necesidad de profesionalizar el sector de las fundaciones sin fines de lucro. Siendo un tema relevante para su estudio debido a que se encuentra desatendido y requiere el apoyo de profesionales de la comunicación social para que mejoren el proceso en el que se encuentran actualmente y sean capaces de posicionarlos a un nivel de calidad.

El plan estratégico para la fundación Alas de Ángel, se basa en el modelo de estrategias de comunicación corporativa, un plan de mercadeo y de posicionamiento de la fundación.

3.3. Metodología aplicada:

3.3.1. Fase 1:

Consulta de fuentes bibliográficas convencionales y electrónicas, consulta expertos, experiencias directas con la fundación. A través de entrevistas a los fundadores y directores se obtuvo información sobre el funcionamiento interno de la fundación, las actividades que ofrecen tales como recolecciones, la ejecución y distribución de las recolectas, entre otras.

3.3.2. Fase 2: procesamiento de la información.

Clasificación y resumen del material bibliográfico recolectado y las entrevistas desarrolladas a los fundadores y directivos de la fundación. De toda la información investigada, se extrajo aquella que podía ser utilizada en la investigación. Luego de esto le dedicamos tiempo a unificar las distintas teorías para poder crear la base teórica.

Transcripción de las entrevistas, debido a que fueron realizadas en video, siendo necesario transcribir la información

Realizamos el marco teórico con todas las teorías recopiladas dándonos así el material teórico para sustentar las teorías de la planificación estratégica que se buscaba lograr.

3.3.3. Fase 3: Desarrollo de la identidad de la fundación Alas de Ángel.

Aquí hablamos de la misión, visión, valores. Procediendo a definir lo que buscaba la fundación, las metas a futuro, a quienes querían llegar y como querían hacerlo. El planteamiento de la misión fue clave para la realización de los objetivos, ya que nos ofrecieron una idea más clara de hacia donde se quiere dirigir la fundación, limitando así el espacio de investigación.

3.3.4. Fase 4:

Creación de la planificación estratégica con la información obtenida, se procedió a realizar la propuesta. Primero se realizó un análisis de la fundación con respecto a su entorno y la competencia, el análisis consistió de la consideración de ciertos elementos claves.

- Se definió en qué consistía la fundación.
- Definición de objetivos principales del proyecto
- Evaluación de los servicios y apoyo que brinda la fundación
- Análisis de la competencia existente
- Lo que espera lograr la fundación a futuro
- Riesgos que se puedan presentar para lograr los objetivos.

Luego se procedió a construir la planificación como tal. Esto consistió en el análisis y evaluación interna de la fundación donde se determinaron:

- Misión
- Visión
- Valores por los que se rige la fundación para funcionar como un todo existiendo consenso y paz dentro del lugar de trabajo.
- Análisis FODA para determinar, a través de la comparación con el entorno y la competencia, lo que se debe mejorar, eliminar, incorporar y mantener en el funcionamiento interno de la fundación.
- Establecimos varias estrategias para poder abordar el problema desde distintos ángulos y buscar una solución, posteriormente, se determinó cuál de ellas resolvería el problema de la mejor manera para que fuera utilizada en la propuesta final.
- Recomendaciones y conclusiones: finalmente se analizó la viabilidad de este proyecto y posibles mejoras que pueden ser hechas en un futuro. Justificación de las recomendaciones y conclusiones.

4. PROPUESTA

Propuesta de planificación estratégica de comunicación corporativa para la “Fundación Alas De Ángel”.

4.1. Elementos:

4.1.1. ¿Quiénes somos?

Somos una fundación sin fines de lucro que busca ofrecer bienestar a niños, niñas y adolescentes en situación social precaria, para de esta forma contribuir con la mejora de sus condiciones de vida presente y futura. Asistimos y servimos a quienes más lo necesitan

4.1.2. Misión

Somos una fundación que busca brindar apoyo a niños, niñas y adolescentes en situación social precaria y lograr, a través del suministro de alimento, vestido y

material educativo, su reinserción en la sociedad. Nuestro lema es “Asistimos y servimos a quienes más lo necesitan”.

4.1.3. Visión

Contribuir con el bienestar de niños, niñas y adolescentes en situación social precaria, a través del suministro de alimentos, vestido y material educativo, con el objetivo reinsertarlos en la sociedad. Asimismo, educar a la población sobre la importancia de ser solidarios con estas personas, para de esta forma mejorar su calidad de vida presente y futura.

4.1.4. Valores

- Solidaridad:

Ofrecemos nuestro servicio solidario para apoyar a niños, niñas y adolescentes en situación social precaria.

- Humanismo:

Valoramos al ser humano y trabajamos para mejorar las condiciones de vida de una parte importante de la población y la más vulnerable: los niños, niñas y adolescentes, particularmente a los que están en situación social precaria.

- Compromiso:

Trabajamos con responsabilidad, profesionalismo y transparencia para cumplir con nuestra misión.

- Gratitude:

Agradecemos permanentemente a las personas que de forma generosa contribuyen con la misión y visión de “Alas de Ángel”.

4.1.5. Objetivos

- Difundir la labor que desarrolla la fundación en los municipios Sucre, Chacao, Baruta y Libertador para apoyar a los niños, niñas y adolescentes en situación social precaria.
- Sumar más recursos humanos y financieros a esta tarea (voluntarios y organismos privados y públicos aliados).
- Reforzar las acciones de solidaridad, compromiso y humanidad en la sociedad civil, particularmente en el contexto que está viviendo el país ante la escasez de alimentos.

5. Matriz FODA

Debilidades	Amenazas
-Pocas personas que están formalmente integradas al trabajo de la fundación y por ello están recargadas de trabajo.	-Altos precios de bienes y servicios (hiperinflación), que imposibilitan a muchas personas a colaborar con la

<ul style="list-style-type: none"> -Alta rotación del equipo (de los fundadores solo quedan dos personas). -Debilidad en la fiscalización de los recursos obtenidos. -Dudas sobre el manejo de los recursos recibidos. -Pocos voluntarios. 	<ul style="list-style-type: none"> fundación. -Problemas para la obtención de dinero en efectivo. -Desconocimiento de la existencia de la fundación y el trabajo que desarrolla (falta de difusión). -Pocas organizaciones aliadas (privadas y públicas). -Poco conocimiento de las personas que la dirigen. -Poca difusión de la actividad a través de redes sociales. -Falta de alianzas con empresas y con las alcaldías en las que desarrolla su trabajo.
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> -Compromiso de las tres personas que integran la directiva de la fundación y los voluntarios. -Formalización de la fundación “Alas de Ángel”, con la definición de la identidad corporativa. -Difusión de la labor de la fundación, 	<ul style="list-style-type: none"> -Más motivación de la sociedad civil y de organizaciones de participar en actividades de solidaridad, para contribuir con los venezolanos que viven en situación de precariedad social, en especial niños, niñas y adolescentes.

<p>que permitirá sumar más personas a su labor.</p> <p>-Transparencia en la labor que llevan a cabo.</p> <p>-Casi 10 años de permanencia</p> <p>-Cerca de 300 niños ayudados</p>	
--	--

	Fortalezas (F)	Debilidades (D)
	<p>Compromiso de las tres personas que integran la directiva de la fundación y los voluntarios.</p> <p>Formalización de la fundación “Alas de Ángel”, con la definición de la identidad corporativa. Difusión de la labor de la fundación, que permitirá sumar más personas a su labor.</p> <p>Transparencia en la labor que llevan a cabo.</p>	<p>Pocas personas que están formalmente integradas al trabajo de la fundación y por ello están recargadas de trabajo.</p> <p>Alta rotación del equipo (de los fundadores solo queda una persona).</p> <p>Debilidad en la fiscalización de los recursos obtenidos.</p> <p>Poca difusión de la actividad a través de redes sociales.</p>

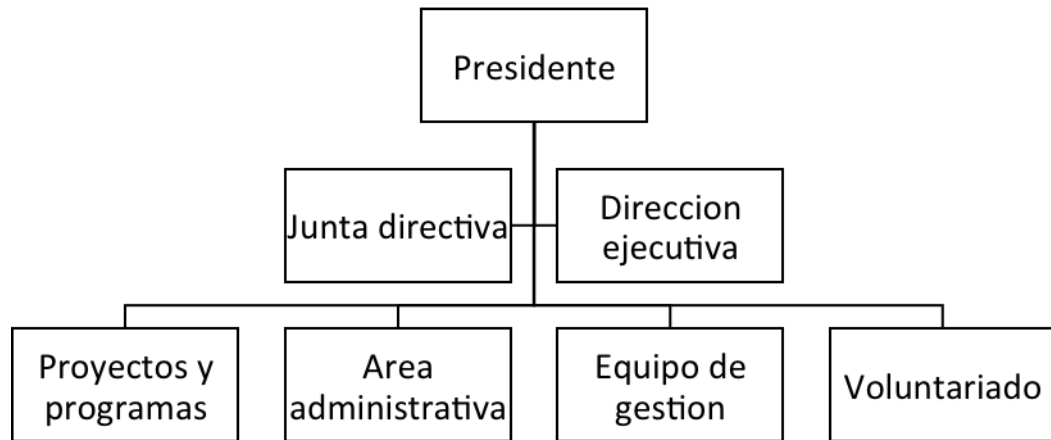
<p>Oportunidades (O)</p> <p>Formalización de la fundación “Alas de Ángel”, con la definición de la identidad corporativa. Más motivación de la sociedad civil y de organizaciones de participar en actividades de solidaridad, para contribuir con los venezolanos que viven en situación de precariedad social, en especial niños, niñas y adolescentes. Ello, como consecuencia de la grave situación económica del país.</p>	<p>1) Destacar la dedicación y el trabajo honesto de los directivos y voluntarios. 2) Difundir las actividades de Alas de Ángel, a través de las jornadas de solidaridad. 3) Invitar a más aliados a esta labor 4) Apoyarse en la sensibilización que tienen los venezolanos por la situación social y económica del país.</p>	<p>1) Invitar a más personas a conocer la fundación y su labor sin fines de lucro, para sumar más recursos humanos y monetarios a Alas de Ángel y de esta forma fortalecer no solo su estructura, sino las acciones de apoyo a los niños, niñas y adolescentes en situación social precaria.</p>
<p>Amenazas (A)</p> <p>Altos precios de bienes y servicios (hiperinflación), que imposibilitan a muchas personas a colaborar con la fundación. Problemas para la obtención de dinero en efectivo. Desconocimiento de la existencia de la fundación y el</p>	<p>1) Destacar el trabajo constante de los miembros de la fundación y las jornadas de solidaridad; ello se traducirá en más aliados de la sociedad civil y de organizaciones (públicas y privadas), que mermarán los efectos de la crisis.</p>	<p>1) Comunicar las actividades de Alas de Ángel para integrar más personas a la fundación. Más aliados, más recursos, más personas asistidas.</p>

<p>trabajo que desarrolla (falta de difusión).</p> <p>Pocas organizaciones aliadas (privadas y públicas).</p> <p>Dudas sobre el manejo de los recursos recibidos.</p> <p>Poco conocimiento de las personas que la dirigen.</p>		
--	--	--

6. Organigrama

La junta directiva de "Alas de Ángel" está integrada por:

- Erick Linero, director y fundador. Piloto de 31 años, está dedicado a rescatar los valores de solidaridad, respeto, trabajo, compromiso, honestidad que caracterizaron a buena parte de los venezolanos.
- José Alejandro González, director. Joven de 27 años, también piloto, que busca ayudar a las personas a través de la educación, como herramienta para lograr una mejor calidad de vida.
- Samile Pérez, directora. Abogada de 35 años, se dedica a llevar un mensaje solidario, afectuoso y de superación a los niños y niñas en situación de calle.



7. Mensajes claves

- La Fundación “Alas de Ángel” lleva a cabo acciones solidarias que no solo buscan mejorar las condiciones de vida de niños, niñas y adolescentes en situación social precaria, sino también hacer un mejor país, con ciudadanos más conscientes sobre la importancia de la solidaridad y del trabajo mancomunado.
- Lema: asistimos y servimos a quienes más lo necesitan (los ángeles asisten y sirven a Dios. Alas de Ángel asiste y sirve a la población más vulnerable: los niños. El nombre de la fundación también surge de la profesión de pilotos de algunos de sus directivos).

- “Alas de Ángel” basa su labor en cuatro valores (que son compartidos por la mayoría de los venezolanos):

Solidaridad: Ofrecemos nuestro servicio solidario para apoyar a niños, niñas y adolescentes en situación social precaria.

Humanismo: Valoramos al ser humano y trabajamos para mejorar las condiciones de vida de una parte importante de la población y que es la más vulnerable: los niños, niñas y adolescentes que están en situación social precaria.

Compromiso: Trabajamos con responsabilidad, profesionalismo y transparencia para cumplir con nuestra misión.

Gratitud: Agradecemos permanentemente a las personas que de forma generosa contribuyen con la misión y visión de “Alas de Ángel”.

- En “Alas de Ángel” trabajamos desde 2008 con personas en situación de calle. Desde 2017 nos dedicamos a niños, niñas y adolescentes en situación social precaria de los municipios Sucre, Chacao, Baruta y Libertador, a quienes apoyamos para insertarlos en la sociedad. Les entregamos alimentos, vestido y libros, que son donados previamente en jornadas sociales.
- En “Alas de Ángel” recibimos recursos monetarios que son dirigidos a la compra de los productos que serán entregados a los niños, niñas y adolescentes. Manejamos de manera transparente los recursos, para satisfacer

las necesidades de alimentación, ropa y libros de la mayor cantidad de personas.

- En la Fundación “Alas de Ángel” trabajamos con responsabilidad, profesionalismo y transparencia para cumplir con nuestra misión. Antes de las jornadas solidarias nos reunimos para definir el proyecto que vamos a desarrollar; por ejemplo, en una zona específica de Caracas en la que hemos observado numerosos niños, niñas y adolescentes en situación de calle. Previamente, invitamos a través de nuestra cuenta de Instagram a las comunidades de universidades privadas, a nuestros familiares y amigos a dar su aporte (comida, libros o dinero). Así como también a que participen en la entrega de éstos. Recordemos que le damos la mano a quienes más lo necesitan. Todos somos ángeles.
- “Alas de Ángel” es una fundación joven, no solo por tener 10 años de labor, sino también por la juventud de sus miembros. Su naturaleza es de esperanza, optimismo, jovialidad, entusiasmo, honestidad, empatía, futuro. Creemos en Venezuela y ponemos nuestro grano de arena para tener un mejor país.
- También las personas pueden ayudar a “Alas de Ángel” depositando dinero en la cuenta de la fundación, cuya naturaleza es sin fines de lucro. Estos recursos son destinados a la compra de alimentos, principalmente.

Trabajamos con transparencia y eficiencia en el uso de los recursos, porque asistimos a más personas.

- Para más información de “Alas de Ángel” pueden consultar nuestra página web www.alasdeangel_fundación.com. También pueden escribirnos si desean hacer alguna donación o participar en nuestras jornadas solidarias al correo alasdeangelfundacion@gmail.com o ver nuestra actividad en la cuenta de Instagram @alasdeangelve o en la página de Facebook [alasdeangel_Venezuela](https://www.facebook.com/alasdeangel_Venezuela).

8. Estrategias

1. Redes sociales

- Página web www.alasdeangel_fundación.com.

Información que debe contener: Quiénes Somos, Misión, Visión, Valores, Directiva, A dónde llega Alas de Ángel; actividades realizadas (imágenes actualizadas, testimonios de participantes y de personas que recibieron algún donativo), fechas de próximas jornadas, ¿Deseas colaborar (qué tipo de productos recolectan y número de cuentas bancarias)? ¿Quieres ser voluntario (formulario de inscripción)? Ellos son ángeles (agradecimiento a colaboradores), Contacto (teléfonos, correo, redes sociales). La información debe estar vinculada con las redes sociales.

- Facebook.

Crear la página e invitar a conocidos y amigos a seguirla y que éstos a su vez inviten a más personas. Postear en historias el trabajo de la fundación, siempre apelando a la solidaridad; destacar las jornadas, cómo inscribirse y cómo colaborar. Invitar a conectar las otras redes sociales.

2. Medios de comunicación

- Notas de prensa:

Enviar a los medios nota de prensa invitando a las jornadas de solidaridad de Alas de Ángel. En el primer párrafo se coloca la invitación a la jornada, con los detalles del lugar, qué se entregará y cuántas personas participarán. Así mismo en el segundo párrafo va el recordatorio de la labor de la fundación y sus valores en la voz de alguno de sus directivos. Por último en el tercer párrafo la invitación a sumarse a Alas de Ángel y los contactos.

La nota debe ir acompañada de imágenes/videos de actividades previas (plataformas digitales).

Se debe realizar cuatro o tres semanas antes de la jornada y un recordatorio un día antes.

- Programas de radio:

Enviar nota de prensa de la jornada a programas de corte juvenil, principalmente; recordar que los aliados-voluntarios están en las universidades privadas.

Se realizara cuatro o tres semanas antes de la jornada y un recordatorio un día antes.

3. Alianzas con figuras públicas

Contactar a alguna figura de la radio o TV, con muchos seguidores, que promocioe a la fundación y la jornada que realizará (generalmente, estos *influencers* cobran por la tarea); por ejemplo, Luis Olavarrieta.

- Cronograma de las publicaciones

Medio	fecha	Mensaje
Instagram	Marzo	Historia de la fundación; por qué y para quién trabajamos, dónde trabajamos, invitación a jornadas, cómo participar, etc. Testimonios de voluntarios e invitación a

		<p>sumarse. Etiquetas</p> <p>#TodosSomosÁngeles</p> <p>#ServimosaQuienesLoNecesitan</p> <p>#SéUnÁngel #AlasDeÁngel.</p>
Facebook	Marzo	<p>Incluir misión, visión, valores, contactos. Postear fotos de jornadas hechas. Invitar a la jornada prevista para abril (mantener la información actualizada)</p>
Página web	Mediados de Marzo	<p>Página web</p> <p>www.alasdeangel_fundacion.com</p> <p>// Información que debe contener: Quiénes Somos, Misión, Visión, Valores, Directiva, A dónde llega Alas de Ángel; actividades realizadas (imágenes actualizadas, testimonios de participantes y de personas que recibieron algún donativo), fechas de próximas jornadas, ¿Deseas colaborar (qué tipo de productos recolectan y</p>

		<p>número de cuentas bancarias)?</p> <p>¿Quieres ser voluntario (formulario de inscripción)? Ellos son ángeles (agradecimiento a colaboradores),</p> <p>Contacto (teléfonos, correo, redes sociales). La información debe vincularse con las redes sociales.</p>
Nota de prensa	<p>Cuatro semanas antes de la jornada de solidaridad (que es la plataforma para la campaña de la fundación). Recordatorio dos días antes (reforzar en redes)</p>	<p>Enviar a los medios nota de prensa invitando a las jornadas de solidaridad de Alas de Ángel.</p> <p>Primer párrafo: Invitación a la jornada, con los detalles del lugar, qué se entregará y cuántas personas participarán. Segundo párrafo: Recordatorio de la labor de la fundación y sus valores en la voz de alguno de sus directivos.</p> <p>Tercer párrafo: Invitación a sumarse a Alas de Ángel y los contactos. La NP debe ir acompañada de imágenes/videos de actividades previas</p>

		(plataformas digitales)
Alianza con figuras publicas	Marzo (ojo, se debe tener actualizada información en las redes, refleja la vigencia de la fundación)	Alianzas con figuras públicas: Contactar a alguna figura de la radio o TV, con muchos seguidores, que promocioe la jornada (generalmente, estos influencers cobran por esta tarea); por ejemplo, Luis Olavarrieta.

4. CONCLUSIÓN

Dada la crisis venezolana, trajo consigo variedad de consecuencias negativas, como pobreza extrema y situación de calle para un porcentaje de venezolanos, debido a esta situación nace la fundación “Alas de Ángel”, la cual busca ayudar a las personas afectadas por la misma, dar un poco de luz dentro de tanta oscuridad.

“Alas de Ángel” es una organización sin fines de lucro, la cual tiene 10 años prestando servicio, pero no cuenta con ningún plan estratégico de comunicación corporativa, el cual es indispensable para tener un trabajo de calidad.

El objetivo general de este proyecto final de carrera fue crear una propuesta de una planificación estratégica para esta fundación, específicamente: la misión, visión y los

valores de la empresa, fijando los objetivos de la misma; se realizó el análisis DOFA; también se definieron los mensajes claves que la fundación quiere viralizar y por los medios o canales por donde se lanzaran; concluyendo con una estrategia completa y de calidad para que “Alas de Ángel” y la labor que hacen se pueda dar a conocer, para así conseguir personas que se sumen a esta causa.

Para la realización de esta propuesta se hizo una investigación previa de la organización y el trabajo que hacen, para así proceder con el diseño; se realizaron entrevistas a los fundadores de “Alas de Ángel”, para conocer sus necesidades y los objetivos que tenían para la fundación.

Así se hizo una investigación donde se contó con todo tipo de información que permitió analizar todos los términos con los cuales se trabajó, para conocerlos con exactitud y proceder.

Luego de indagar en todas las teorías para realizar el objetivo principal de la presente investigación, se logró realizar el mismo, después de haber llegado satisfactoriamente a crear y establecer estrategias específicas las cuales harán que la fundación crezca, llegue a mayor cantidad de personas y también expanda sus horizontes a niveles y cantidades incluso inesperadas.

La ejecución de esta propuesta le aportará a “Alas de Ángel” los beneficios de una excelente planificación, se lograra dar a conocer la misma y que su labor sea mejor y de calidad.

5. BIBLIOGRAFÍA

- Barbar, Mariam; Padilla Raquel (2013) Diseño de una estrategia de comunicaciones integradas para la Asociación civil “vive para servir. Universidad Monteávila, Caracas.
- Bosch, Juan (2013) Administración estratégica. Disponible en: <https://movimiento30juniord.wordpress.com/2013/07/12/administracion-estrategica-mision-vision-y-valores-2/>

- Colmenares, Rodolfo (2007) Planificación estratégica comunicacional y de mercado para la organización Campamento Khenaya. Universidad Monteávila, Caracas.
- Contreras, Hectony. Comunicación Organizacional. Disponible en: <http://www.rppnet.com.ar/comorganizacional.htm>
- Cruz Brambila Gerardo. (2012, junio 8). Organigramas. Definiciones y herramientas. Disponible en <https://www.gestiopolis.com/organigramas-definiciones-y-herramientas/>
- Domínguez, Santiago; Pérez, Victoria (2009) Proyecto desarrollo del plan de comunicaciones para AVCOM, C.A. Universidad Monteávila, Caracas.
- Dumorne, Kelly. Diagnóstico económico-financiero y planificación estratégica de tres centros de acopio de leche vinculados al centro de gestión de Paillaco, región de los ríos, Chile, estudio de casos, Disponible en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013b/1348/index.htm>
- Enciclopedia de Características (2017). "Organizaciones sin Fines de lucro". Disponible en: <https://www.caracteristicas.co/organizaciones-sin-fines-de-lucro/>
- Espinosa, Roberto (2012) Cómo definir misión, visión y valores, en la empresa. Disponible en: <http://robertoespinosa.es/2012/10/14/como-definir-mision-vision-y-valores-en-la-empresa/>
- González, Dynyer; Olmos, Adriana. (2012) Análisis de la comunicación interna y propuesta de plan estratégico de la fundación “Trascender”, Cali.
- Hernández, Amanda (2007) Proyecto empresa de la organización Live Frecuencia: desarrollo de una filosofía de gestión y creación de una revista de música. Universidad Monteávila, Caracas.
- OCENET de Administración de Empresas. Disponible en: <http://ocenet.oceano.com>

- Pérez, Julian; Gardey Ana (2011) Definición de mensaje. Disponible en:
<https://definicion.de/mensaje/>
- Ramírez, Christina (2011) Planificación estratégica en las organizaciones educativas. Disponible en:
<http://publicaciones.urbe.edu/index.php/REDHECS/article/viewArticle/648/2302>
- Ramón, E; Azocar, A (2009) La planificación estratégica. Disponible en:
http://ramneazcara.blogspot.com/2009/02/la-planificacion-estrategica_11.html
- Real Academia Española. Disponible en: <http://buscon.rae.es/draeI/>
- Santos, Juan Carlos (2011) Definiciones de organización. Disponible en:
<http://ciclog.blogspot.com/2011/09/7-definiciones-de-organizacion.html>
- Santos, Requena. El concepto de red social. Disponible en:
http://www.reis.cis.es/REIS/PDF/REIS_048_08.pdf
- Shapiro, Shapiro, Janet. Herramienta de planificación estratégica. Disponible en:
<http://www.civicus.org/new/media/Planificacion%20strategica.pdf>
- Significados.com (2018) Significado de comunicación organizacional. Disponible en:
<https://www.significados.com/comunicacion-organizacional/>
- Significados.com (2018) Significado de Organización. Disponible en:
<https://www.significados.com/organizacion/>
- Webscolar (2018) Definición de comunicación. Disponible en:
<http://www.webscolar.com/definiciones-de-comunicacion-segun-diferentes-autores>

6. ANEXOS

- a. Logo fundación “Alas de Ángel”



b. Propuesta



FUNDACIÓN ALAS DE ÁNGEL
Asistimos y servimos a quienes más lo necesitan



QUIÉNES SOMOS

Somos una fundación sin fines de lucro que busca ofrecer bienestar a niños, niñas y adolescentes en situación social precaria, para de esta forma contribuir con la mejora de sus condiciones de vida presente y futura. Asistimos y servimos a quienes más lo necesitan.

HISTORIA

“Alas de Ángel” nació en Venezuela en el año 2008, como iniciativa de un grupo de voluntarios -estudiantes y profesionales jóvenes-, para ayudar a las personas que se encontraban en situación de calle. Las acciones iniciales de apoyo consistieron en organizar colectas de dinero para la compra de alimentos y distribuirlos entre los más necesitados.

En 2017, ante el recrudecimiento de los problemas económicos del país, redefinieron su foco y se dedicaron a apoyar a la población más vulnerable: niños, niñas y adolescentes en situación de calle, no solo a través del suministro de alimentos, sino también con acciones que buscan su inserción en la sociedad.

Para ello, llevan a cabo jornadas de recaudación de fondos entre la sociedad civil y de recolección de ropa, calzado, libros y comida en universidades privadas, que son distribuidos entre los niños, niñas y adolescentes en situación de calle de los municipios Sucre, Chacao, Baruta y Libertador.

En 10 años de actividad, en “Alas de Ángel” han logrado dar la mano a cerca de 300 niños, niñas y adolescentes, gracias a la labor de un equipo de 13 personas (tres directivos y 10 voluntarios); un equipo convencido de que el trabajo de pocos puede influir en la mentalidad de muchos y en el bienestar de más personas y del país.



MISIÓN

Somos una fundación que busca brindar apoyo a niños, niñas y adolescentes en situación social precaria y lograr, a través del suministro de alimento, vestido y material educativo, su reinserción en la sociedad. Nuestro lema es “Asistimos y servimos a quienes más lo necesitan”.

VISIÓN

Contribuir con el bienestar de niños, niñas y adolescentes en situación social precaria, a través del suministro de alimentos, vestido y material educativo, con el objetivo reinsertarlos en la sociedad. Asimismo, educar a la población sobre la importancia de ser solidarios con estas personas, para de esta forma mejorar su calidad de vida presente y futura.

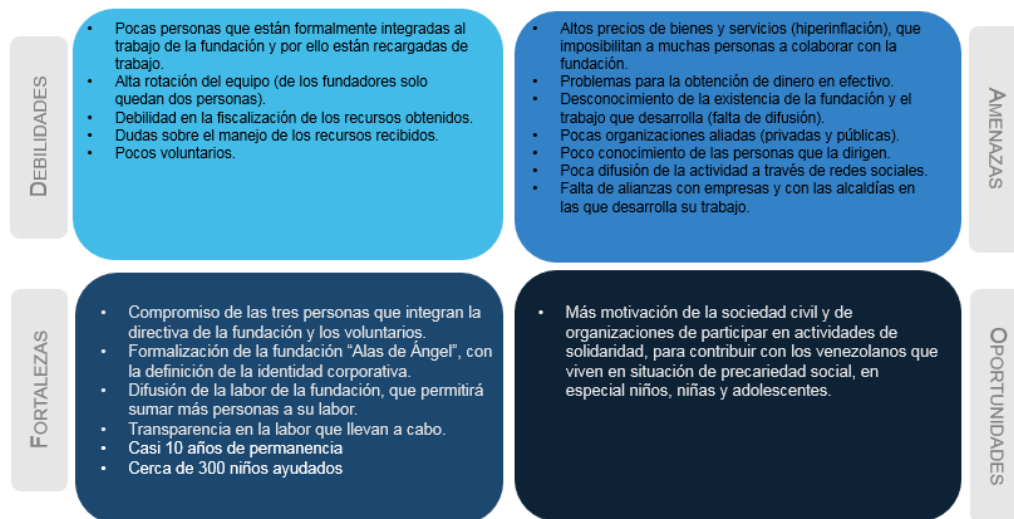
VALORES

- 1. Solidaridad:** Ofrecemos nuestro servicio solidario para apoyar a niños, niñas y adolescentes en situación social precaria.
 - 2. Humanismo:** Valoramos al ser humano y trabajamos para mejorar las condiciones de vida de una parte importante de la población y la más vulnerable: los niños, niñas y adolescentes, particularmente a los que están en situación social precaria.
 - 3. Compromiso:** Trabajamos con responsabilidad, profesionalismo y transparencia para cumplir con nuestra misión.
 - 4. Gratitud:** Agradecemos permanentemente a las personas que de forma generosa contribuyen con la misión y visión de “Alas de Ángel”.
-



CONCEPTO PARA EL DISEÑO DE UNA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PARA LA FUNDACIÓN “ALAS DE ÁNGEL”

MATRIZ FODA





	<p>Fortalezas (F) Compromiso de las tres personas que integran la directiva de la fundación y los voluntarios. Formalización de la fundación "Alas de Ángel", con la definición de la identidad corporativa. Difusión de la labor de la fundación, que permitirá sumar más personas a su labor.</p> <p>Transparencia en la labor que llevan a cabo.</p>	<p>Debilidades (D) Pocas personas que están formalmente integradas al trabajo de la fundación y por ello están recargadas de trabajo.</p> <p>Alta rotación del equipo (de los fundadores solo queda una persona).</p> <p>Debilidad en la fiscalización de los recursos obtenidos.</p> <p>Poca difusión de la actividad a través de redes sociales.</p>
<p>Oportunidades (O) Formalización de la fundación "Alas de Ángel", con la definición de la identidad corporativa. Más motivación de la sociedad civil y de organizaciones de participar en actividades de solidaridad, para contribuir con los venezolanos que viven en situación de precariedad social, en especial niños, niñas y adolescentes. Ello, como consecuencia de la grave situación económica del país.</p>	<p>1) Destacar la dedicación y el trabajo honesto de los directivos y voluntarios. 2) Difundir las actividades de Alas de Ángel, a través de las jornadas de solidaridad. 3) Invitar a más aliados a esta labor 4) Apoyarse en la sensibilización que tienen los venezolanos por la situación social y económica del país.</p>	<p>1) Invitar a más personas a conocer la fundación y su labor sin fines de lucro, para sumar más recursos humanos y monetarios a Alas de Ángel y de esta forma fortalecer no solo su estructura, sino las acciones de apoyo a los niños, niñas y adolescentes en situación social precaria.</p>
<p>Amenazas (A) Altos precios de bienes y servicios (hiperinflación), que imposibilitan a muchas personas a colaborar con la fundación.</p> <p>Problemas para la obtención de dinero en efectivo.</p> <p>Desconocimiento de la existencia de la fundación y el trabajo que desarrolla (falta de difusión).</p> <p>Pocas organizaciones aliadas (privadas y públicas).</p> <p>Dudas sobre el manejo de los recursos recibidos.</p> <p>Poco conocimiento de las personas que la dirigen.</p>	<p>1) Destacar el trabajo constante de los miembros de la fundación y las jornadas de solidaridad; ello se traducirá en más aliados de la sociedad civil y de organizaciones (públicas y privadas), que mermarán los efectos de la crisis.</p>	<p>1) Comunicar las actividades de Alas de Ángel para integrar más personas a la fundación. Más aliados, más recursos, más personas asistidas.</p>



ANTECEDENTES

"Alas de Ángel" tiene 10 años de creada. De sus fundadores iniciales, solo quedan dos. Asimismo, su objetivo inicial fue dar ayuda a personas en situación de calle. En 2017, ante el recrudecimiento de los problemas económicos del país (*pobreza de 87% y pobreza extrema de 61,2%; desarrollo de hiperinflación; control del Estado de gran parte de distribución de alimentos mediante las CLAP; continúa pérdida del poder adquisitivo; desarrollo de estrategias de supervivencia; más difícil la sustitución de alimentos; colapso de la infraestructura de alimentación y de salud -Encuesta Nacional de Condiciones de Vida Venezuela 2017-*), la fundación redefinió su foco de atención y se dedica a apoyar a la población más vulnerable: niños, niñas y adolescentes en situación de calle, no solo a través del suministro de alimentos, sino también con acciones que buscan su inserción en la sociedad.

Para el apoyo, lleva a cabo jornadas de recaudación de fondos entre la sociedad civil y de recolección de ropa, calzado, libros y comida en algunas universidades privadas.

Si bien la fundación suma una década de actividad, tiempo en el que ha ayudado a cerca de 300 niños, niñas y adolescentes, su labor es poco conocida, lo que redundará en:

- Carencia de recursos y alimentos para ser distribuidos en las jornadas.
- Pocos voluntarios.
- Falta de alianzas con empresas y con las alcaldías en las que desarrolla su trabajo.



OBJETIVO DE LA CAMPAÑA

- Esta campaña de comunicación busca tres grandes objetivos:
 - Difundir la labor que desarrolla la fundación en los municipios Sucre, Chacao, Baruta y Libertador para apoyar a los niños, niñas y adolescentes en situación social precaria.
 - Sumar más recursos humanos y financieros a esta tarea (voluntarios y organismos privados y públicos aliados).
 - Reforzar las acciones de solidaridad, compromiso y humanidad en la sociedad civil, particularmente en el contexto que está viviendo el país ante la escasez de alimentos.



CÓMO EJECUTAREMOS LA CAMPAÑA

Recomendaciones:

- La próxima jornada solidaria, prevista para abril, es la mejor plataforma para iniciar la campaña comunicacional. Previamente debe estar disponible la página web y las redes sociales deben estar actualizadas para difundir información sobre la fundación, qué hace, contactos, formas de recaudación, etc.
 - El o los voceros deben estar familiarizados con los mensajes clave que se difundirán sobre la fundación (misión, visión, valores, contactos, etc.) > > Sección de preguntas y respuestas.
 - Es importante hacer enlace con periodistas de diferentes medios para enviar notas de prensa e invitarlos a las jornadas.
 - Destacar en las publicaciones en redes sociales las etiquetas #TodosSomosÁngeles #ServimosaQuienesLoNecesitan #SéUnÁngel #AlasDeÁngel.
-



CÓMO EJECUTAREMOS LA CAMPAÑA



Página web www.alasdeangel_fundación.com.

Información que debe contener:

Quiénes Somos, Misión, Visión, Valores, Directiva, A dónde llega Alas de Ángel; actividades realizadas (imágenes actualizadas, testimonios de participantes y de personas que recibieron algún donativo), fechas de próximas jornadas, ¿Deseas colaborar (qué tipo de productos recolectan y número de cuentas bancarias)? ¿Quieres ser voluntario (formulario de inscripción)? Ellos son ángeles (agradecimiento a colaboradores), Contacto (teléfonos, correo, redes sociales).

La información debe estar vinculada con las redes sociales.

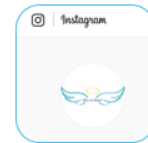
Fecha de salida: Marzo



CÓMO EJECUTAREMOS LA CAMPAÑA

Instagram @alasdeangelve

Postear la historia de la fundación, por qué y para quién trabajamos, dónde trabajamos, invitación a jornadas, cómo participar, etc. Testimonios de voluntarios e invitación a sumarse. Etiquetas #TodosSomosÁngeles #ServimosaQuienesLoNecesitan #SéUnÁngel #AlasDeÁngel.



Ejemplos de posts:

Nacimos en Venezuela en el año 2008, como iniciativa de un grupo de voluntarios -estudiantes y profesionales jóvenes-, para ayudar a las personas que se encontraban en situación de calle. Hoy nos encargamos de recolectar ropa, libros y comida para distribuirlos entre los niños, niñas y adolescentes que están en situación social precaria en los municipios Sucre, Chacao, Baruta y Libertador. Súmate a nuestras jornadas de solidaridad. Link de nuestra página web en la bio. #SéUnÁngel #TodosSomosÁngeles #ServimosaQuienesLoNecesitan (texto acompañado con la foto de alguna jornada).

El 15 de abril tendremos la próxima jornada de solidaridad. ¿Quieres ser un ángel? Inscríbete en nuestra página web www.alasdeangel_fundación.com y dale tu mano a quien más lo necesita. #TodosSomosÁngeles.

Hemos contribuido a cambiar la vida de 300 personas. La solidaridad marca la diferencia en la vida de muchas personas y también en la tuya. #SéUnÁngel y dale tu apoyo a los que más lo necesitan. Súmate a nuestras jornadas aquí > www.alasdeangel_fundación.com. (imagen de un voluntario). (También pueden portearse como historias).

Fecha: Marzo.



CÓMO EJECUTAREMOS LA CAMPAÑA

Facebook. Crear la página e invitar a conocidos y amigos a seguirla y que éstos a su vez inviten a más personas. Postear en historias el trabajo de la fundación, siempre apelando a la solidaridad; destacar las jornadas, cómo inscribirse y cómo colaborar. Invitar a conectar las otras redes sociales.

Notas de prensa: Enviar a los medios nota de prensa invitando a las jornadas de solidaridad de Alas de Ángel.

Primer párrafo: Invitación a la jornada, con los detalles del lugar, qué se entregará y cuántas personas participarán. *Segundo párrafo:* Recordatorio de la labor de la fundación y sus valores en la voz de alguno de sus directivos. *Tercer párrafo:* Invitación a sumarse a Alas de Ángel y los contactos.

La NP debe ir acompañada de imágenes/videos de actividades previas (plataformas digitales).

Fecha: Cuatro o tres semanas antes de la jornada y un recordatorio un día antes.

Programas de radio: Enviar nota de prensa de la jornada a programas de corte juvenil, principalmente; recordar que los aliados-voluntarios están en las universidades privadas.

Fecha: Cuatro o tres semanas antes de la jornada y un recordatorio un día antes.

Alianzas con figuras públicas: Contactar a alguna figura de la radio o TV, con muchos seguidores, que promocióne a la fundación y la jornada que realizará (generalmente, estos *influencers* cobran por la tarea); por ejemplo, Luis Olavarrieta.



CRONOGRAMA DE PUBLICACIONES

Medio	Fecha	Mensaje
Instagram	Marzo	Historia de la fundación; por qué y para quién trabajamos, dónde trabajamos, invitación a jornadas, cómo participar, etc. Testimonios de voluntarios e invitación a sumarse. Etiquetas #TodosSomosÁngeles #ServimosQuienesLoNecesitan #SéUnÁngel #AlasDeÁngel.
Facebook	Marzo	Incluir misión, visión, valores, contactos. Postear fotos de jornadas hechas. Invitar a la jornada prevista para abril (mantener la información actualizada)
Página web	Mediados de marzo	Página web www.alasdeangel_fundacion.com // Información que debe contener: Quiénes Somos, Misión, Visión, Valores, Directiva, A dónde llega Alas de Ángel; actividades realizadas (imágenes actualizadas, testimonios de participantes y de personas que recibieron algún donativo), fechas de próximas jornadas, ¿Deseas colaborar (qué tipo de productos recolectan y número de cuentas bancarias)? ¿Quieres ser voluntario (formulario de inscripción)? Ellos son ángeles (agradecimiento a colaboradores), Contacto (teléfonos, correo, redes sociales). La información debe vincularse con las redes sociales.
Notas de prensa	Cuatro semanas antes de la jornada de solidaridad (que es la plataforma para la campaña de la fundación). Recordatorio dos días antes (reforzar en redes)	Enviar a los medios nota de prensa invitando a las jornadas de solidaridad de Alas de Ángel. Primer párrafo: Invitación a la jornada, con los detalles del lugar, qué se entregará y cuántas personas participarán. Segundo párrafo: Recordatorio de la labor de la fundación y sus valores en la voz de alguno de sus directivos. Tercer párrafo: Invitación a sumarse a Alas de Ángel y los contactos. La NP debe ir acompañada de imágenes/videos de actividades previas (plataformas digitales).
Alianzas con figuras públicas	Marzo (ojo, se debe tener actualizada información en las redes, refleja la vigencia de la fundación)	Alianzas con figuras públicas: Contactar a alguna figura de la radio o TV, con muchos seguidores, que promocióne la jornada (generalmente, estos <i>influencers</i> cobran por esta tarea); por ejemplo, Luis Olavarrieta.



MENSAJES CLAVE

- La Fundación “Alas de Ángel” lleva a cabo acciones solidarias que no solo buscan mejorar las condiciones de vida de niños, niñas y adolescentes en situación social precaria, sino también hacer un mejor país, con ciudadanos más conscientes sobre la importancia de la solidaridad y del trabajo mancomunado.
- **Lema:** Asistimos y servimos a quienes más lo necesitan (*los ángeles asisten y sirven a Dios. Alas de Ángel asiste y sirve a la población más vulnerable: los niños. El nombre de la fundación también surge de la profesión de pilotos de algunos de sus directivos*).
- “Alas de Ángel” basa su labor en cuatro valores (que son compartidos por la mayoría de los venezolanos):
 - **Solidaridad:** Ofrecemos nuestro servicio solidario para apoyar a niños, niñas y adolescentes en situación social precaria.
 - **Humanismo:** Valoramos al ser humano y trabajamos para mejorar las condiciones de vida de una parte importante de la población y que es la más vulnerable: los niños, niñas y adolescentes que están en situación social precaria.
 - **Compromiso:** Trabajamos con responsabilidad, profesionalismo y transparencia para cumplir con nuestra misión.
 - **Gratitud:** Agradecemos permanentemente a las personas que de forma generosa contribuyen con la misión y visión de “Alas de Ángel”.



MENSAJES CLAVE

- En “Alas de Ángel” trabajamos desde 2008 con personas en situación de calle. Desde 2017 nos dedicamos a niños, niñas y adolescentes en situación social precaria de los municipios Sucre, Chacao, Baruta y Libertador, a quienes apoyamos para insertarlos en la sociedad. Les entregamos alimentos, vestido y libros, que son donados previamente en jornadas sociales.
 - En “Alas de Ángel” recibimos recursos monetarios que son dirigidos a la compra de los productos que serán entregados a los niños, niñas y adolescentes. Manejamos de manera transparente los recursos, para satisfacer las necesidades de alimentación, ropa y libros de la mayor cantidad de personas.
 - Resaltar casos emblemáticos de personas que han ayudado. Cómo cambiaron sus vidas gracias a “Alas de Ángel”. Testimonios de personas beneficiadas y de voluntarios.
 - En la Fundación “Alas de Ángel” trabajamos con responsabilidad, profesionalismo y transparencia para cumplir con nuestra misión. Antes de las jornadas solidarias nos reunimos para definir el proyecto que vamos a desarrollar; por ejemplo, en una zona específica de Caracas en la que hemos observado numerosos niños, niñas y adolescentes en situación de calle. Previamente, invitamos a través de nuestra cuenta de Instagram a las comunidades de universidades privadas, a nuestros familiares y amigos a dar su aporte (comida, libros s o dinero). Así como también a que participen en la entrega de éstos. Recordemos que le damos la mano a quienes más lo necesitan. Todos somos ángeles.
-



MENSAJES CLAVE

- "Alas de Ángel" es una fundación joven, no solo por tener 10 años de labor, sino también por la juventud de sus miembros. Su naturaleza es de esperanza, optimismo, jovialidad, entusiasmo, honestidad, empatía, futuro. Creemos en Venezuela y ponemos nuestro grano de arena para tener un mejor país.
- También las personas pueden ayudar a "Alas de Ángel" depositando dinero en la cuenta de la fundación, cuya naturaleza es sin fines de lucro. Estos recursos son destinados a la compra de alimentos, principalmente. Trabajamos con transparencia y eficiencia en el uso de los recursos, porque asistimos a más personas.
- Para más información de "Alas de Ángel" pueden consultar nuestra página web www.alasdeangel_fundación.com. También pueden escribirnos si desean hacer alguna donación o participar en nuestras jornadas solidarias al correo alasdeangelfundacion@gmail.com o ver nuestra actividad en la cuenta de Instagram [@alasdeangelve](https://www.instagram.com/alasdeangelve) o en la página de Facebook [alasdeangel_Venezuela](https://www.facebook.com/alasdeangel_Venezuela).



MENSAJES CLAVE

- La junta directiva de "Alas de Ángel" está integrada por:
 - Erick Linero, director y fundador. Piloto de 31 años, está dedicado a rescatar los valores de solidaridad, respeto, trabajo, compromiso, honestidad que caracterizaron a buena parte de los venezolanos.
 - José Alejandro González, director. Joven de 27 años, también piloto, que busca ayudar a las personas a través de la educación, como herramienta para lograr una mejor calidad de vida.
 - Samile Pérez, directora. Abogada de 35 años, se dedica a llevar un mensaje solidario, afectuoso y de superación a los niños y niñas en situación de calle.
-



PREGUNTAS Y RESPUESTAS CLAVES

- **¿Qué hace la fundación “Alas de Ángel”?**
 - Somos una fundación sin fines de lucro que busca ofrecer bienestar a niños, niñas y adolescentes en situación social precaria, para de esta forma contribuir con la mejora de sus condiciones de vida presente y futura. Asistimos y servimos a quienes más lo necesitan.
- **¿Quiénes integran la fundación?**
 - La junta directiva de “Alas de Ángel” está integrada por:
 - Erick Linero, director y fundador. Piloto de 31 años, está dedicado a rescatar los valores de solidaridad, respeto, trabajo, compromiso, honestidad que caracterizaron a buena parte de los venezolanos.
 - José Alejandro González, director. Joven de 27 años, también piloto, que busca ayudar a las personas a través de la educación, como herramienta para lograr una mejor calidad de vida.
 - Samile Pérez, directora. Abogada de 35 años, se dedica a llevar un mensaje solidario, afectuoso y de superación a los niños y niñas en situación de calle.
 - Más un grupo de voluntarios que asisten a las jornadas solidarias.
- **¿Desde cuándo trabaja la fundación y a quiénes atiende?**
 - Trabajamos desde 2008 asistiendo a personas en situación de calle, pero en 2017 -con el agravamiento de la crisis en el país- atendemos a la población más vulnerable: niños, niñas y adolescentes en situación social precaria, a quienes les entregamos comida, ropa y libros para contribuir con su calidad de vida presente y futura.



PREGUNTAS Y RESPUESTAS CLAVES

- **¿Cómo puedo colaborar con la fundación?**
 - A los que deseen asistir y servir a quienes más lo necesitan, pueden hacer su donativo a través de la cuenta bancaria Número XXXXXX. Estos recursos son destinados a la compra de comida, ropa y libros que serán distribuidos en las jornadas de solidaridad. Asimismo, pueden donar estos productos en los sitios establecidos para ello. En nuestra página web www.alasdeangel_fundacion.com y en las redes sociales detallamos los pasos que se deben seguir.
- **¿Qué tipo de productos se entregan?**
 - En “Alas de Ángel” nos dedicamos a asistir a niños, niñas y adolescentes en situación de calle, por lo que hacemos jornadas solidarias para la entrega de comida, ropa y libros. Todo con el fin de contribuir con su calidad de vida.
- **¿Cómo sé la fecha de las jornadas de solidaridad?**
 - Las fechas de las jornadas solidarias las informamos a través de nuestra página web y redes sociales. En la página tenemos disponible un formulario en el que pueden registrar sus datos. Asimismo, en nuestras redes sociales notificamos las fechas. El objetivo es que más personas sean ángeles, den su mano a los que más lo necesiten.



PREGUNTAS Y RESPUESTAS CLAVES

- **¿Cada cuánto hacen jornadas solidarias?**
 - Identificamos un proyecto con base en la cantidad de personas que estén en situación de calle en los municipios que son nuestro radio de acción. Invitamos a colaborar, ya sea monetariamente o con comida y libros. Hoy, tenemos un compromiso con los que más lo necesitan. Todos somos ángeles.



c. Donaciones.











