



Escuela Superior de Imagen Pública  
Maestría en Asesoría de Imagen Pública  
Y Planificación Estratégica en Medios de Comunicación

### **Portafolio Académico**

CLAUDIA SUCELY DÁVILA VILLEGAS

Carné 14004746

DAVID ANTONIO CASTILLO COBOS

Carné 20023476

GUSTAVO ADOLFO DE LEÓN MUÑOZ

Carné 14006473

HADIT XILONEN MIRANDA PÉREZ

Carné 14004032

TOMAS JAVIER PÉREZ TOBAL

Carné 12003404

Nueva Guatemala de la Asunción, diciembre de 2015

**Rector**

Dr. José Eduardo Suger Cofiño

**Autoridades de la Escuela Superior de Imagen Pública**

Licda. Karen Patricia Mansilla Guzmán

Directora

Dr. Aníbal Dionisio Chajón Flores

Coordinador Académico

Lic. Rony José Soto Guamuche

Coordinador Estudiantil

Dra. Lilly Soto Vásquez

Catedrática a cargo del Proyecto

Los alumnos de la IV promoción de la Maestría en Consultoría de Imagen Pública y Planificación Estratégica de Medios de Comunicación de la Universidad de Galileo, son:

KARLA MICHELLE ABRIL VALENCIA

FRANCISCO JAVIER ANTONIO ARDÓN QUEZADA

JULIO ROBERTO CÁCERES MONTERROSO

JENNIFFER PAHOLA CÁCERES SIGUÁN

DAVID ANTONIO CASTILLO COBOS

ALBA TERESA CHÁVEZ LIMA

CLAUDIA SUCELY DÁVILA VILLEGAS

GUSTAVO ADOLFO DE LEÓN MUÑOZ

DIANA ELIZABETH DIÉGUEZ HERRERA

ANA LORENA DONIS BOLAÑOS

JOSUÉ DANIEL GUERRA LUNA

EUGENIA GARCÍA HERNÁNDEZ

JUAN ANTONIO JIMÉNEZ HERNÁNDEZ

OSCAR RODRIGO LECHUGA GÁMEZ

ÁNGEL RICARDO MARROQUÍN HOFFENS

HADIT XILONEN MIRANDA PÉREZ

PAMELA MARÍA MOTTA BONILLA

GRISLENNY MICHELLE PALMA MONTENEGRO

TOMAS JAVIER PÉREZ TABAL

CARLOS GUILLERMO RODRÍGUEZ PÉREZ

SUSANA MARGARITA SEGURA AFRE

WENDY ROSSANA SERRANO COBAR DE QUINTANA

LILIAN JEANNETTE SIGUÁN VÁSQUEZ DE CÁCERES

## Resumen

Este portafolio académico reúne tres trabajos que tienen como finalidad mostrar las capacidades adquiridas por los estudiantes de la Maestría en Consultoría de Imagen Pública y Manejo Estratégico de Medios de Comunicación. El primer trabajo se titula *Proyecto de Imagen Ambiental del Campus Central de la Universidad Galileo y propuesta de campaña para promover la conciencia ecológica, en 2015*, tiene como objetivo conocer y evaluar las prácticas ambientales en el campus central de la Universidad Galileo para evaluar el desarrollo de una campaña de comunicación para fortalecer la conciencia ambiental. El segundo trabajo se titula *Nueva Imagen Social de Guatemala*, cuyo objetivo consistió en determinar los aspectos positivos y negativos de la imagen que se tiene de Guatemala y encontrar la ruta adecuada para el desarrollo de una conceptualización positiva del país que contribuya a la creación de una imagen, una identidad y una identificación propositiva. El tercer y último trabajo se titula *Creación de una Oficina de Prensa para la Organización Guatemala Próspera*, en el que se determinó la importancia de tener un departamento de comunicación en la Organización Guatemala Próspera para aumentar la participación de personas o empresas que ejecuten las mesas redondas.

**Palabras claves:** ESIP, Oficina de Prensa, Imagen Social de Guatemala, Imagen Ambiental, Plan de Comunicación, Plan de Marketing, Estrategias de Comunicación, Universidad Galileo, Escuela Superior de Imagen Pública.

## Lista de Abreviaturas

3R	Reciclar, Reducir, Reutilizar
AGEXPORT	Asociación Guatemalteca de Exportadores
ASIES	La Asociación de Investigación y Estudios Sociales.
ATL	Above The Line
BANTRAB	Banco de los Trabajadores
BTL	Below The Line
CACIF	Comité Coordinador de Asociaciones Agrícolas, Industriales y Financieras
CATIE	Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza
CEA	Colegio Educativo Americano
CIEN	Centro de Investigaciones Económicas Nacionales
CONAP	Consejo Nacional de Áreas Protegidas
EEUU	Estados Unidos de América
ESADE	Escuela Superior de Administración y Dirección de Empresas.
ESIP	Escuela Superior de Imagen Pública
FODA	Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas.
FUNDESA	Fundación para el Desarrollo de Guatemala
GES	Galileo Educational System
IGA	Instituto Guatemalteco Americano
INAB	Instituto Nacional de Bosques
INACIF	Instituto Nacional de Ciencias Forenses.
INGUAT	Instituto Guatemalteco de Turismo.
IPNUSAC	Instituto de Problemas Nacionales de la Universidad San Carlos.

LGBTTTI	Lesbianas, gays, bisexuales, travestis, transexuales, transgénero e intersexuales.
MARN	Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales
ONG	Organización no Gubernamental.
ONU	Organización de Naciones Unidas
PDD	Programa de Desarrollo Directivo.
PIB	Producto Interior Bruto.
PNUD	Programas de las Naciones Unidas para el Desarrollo.
RAU	Responsabilidad Ambiental Universitaria
RRPP	Relaciones Publicas
RSE	Responsabilidad Social Empresarial.
SAT	Superintendencia de Administración Tributaria.
SEM	Search Engine Marketing
SEO	Search Engine Optimization
SIECA	Secretaria de Integración Económica Centroamericana.
TI	Transparencia Internacional.
TV	Televisión
UA	Universidad de las Américas
UNESCO	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y la Cultura
URL	Universidad Rafael Landívar
USAC	Universidad de San Carlos de Guatemala
VHS	Video Home System

## Índice

Resumen .....	2
Lista de Abreviaturas .....	3
Índice.....	5
Índice de Tablas .....	22
Proyecto de Imagen Ambiental .....	22
Nueva Imagen Social de Guatemala.....	22
Creación de una Oficina de Prensa.....	23
Índice de Cuadros.....	23
Proyecto de Imagen Ambiental .....	23
Nueva Imagen Social de Guatemala.....	23
Creación de una Oficina de Prensa.....	24
Índice de Gráficas.....	24
Proyecto de Imagen Ambiental .....	24
Creación de una Oficina de Prensa.....	24
Índice de Fotografías.....	25
Proyecto de Imagen Ambiental .....	25
Índice de Figuras .....	26
Proyecto de Imagen Ambiental .....	26
Nueva Imagen Social de Guatemala.....	26



Presentación .....	27
Proyecto de Imagen Ambiental del Campus Central de la Universidad Galileo y propuesta de campana para promover la conciencia ecológica, en 2015 .....	31
Resumen .....	32
Introducción .....	33
Selección y delimitación del tema .....	34
Delimitación espacial .....	35
Delimitación Teórica .....	35
Delimitación temporal .....	35
Justificación.....	36
Marco Teórico .....	37
Antecedentes.....	37
Teoría.....	41
Definición .....	41
Orígenes.....	42
Conceptos y categorías .....	43
Principales exponentes .....	43
Principales aplicaciones.....	45
Aportes.....	46
Planteamiento del problema .....	48
Pregunta de investigación.....	54
Objetivos .....	55

General.....	55
Específicos.....	55
Hipótesis .....	55
Tipo de hipótesis.....	55
Definición conceptual de las variables.....	56
Prácticas ambientales.....	56
Conciencia ambiental .....	56
Ecología.....	58
Recursos naturales .....	59
Universidad Galileo.....	61
Campaña de comunicación.....	61
Definición operacional de las variables.....	63
Metodología .....	64
Enfoque.....	64
Diseño .....	64
Fuentes.....	64
Población y Muestra .....	64
Técnicas.....	65
Análisis y discusión de resultados.....	66
El agua .....	66
La electricidad .....	67

La basura.....	68
Los bosques .....	69
Estudio de viabilidad del proyecto .....	71
Viabilidad Técnica.....	71
Viabilidad Ambiental .....	72
Viabilidad Jurídica o Legal.....	74
Viabilidad Social .....	76
Viabilidad Financiera .....	79
Presupuesto .....	80
Retorno de inversión.....	80
Flujo de efectivo .....	80
Conclusiones .....	81
Recomendaciones.....	82
Alianzas con otras Universidades.....	82
Capacitación .....	82
Talleres de Manejo de plagas .....	83
Utilización de abonos orgánicos.....	83
Manejo de sistema de riego .....	84
Alianzas con entidades gubernamentales .....	84
Proyecto trabajo por los bosques .....	84
Propuesta de Campaña de concientización .....	86

ambiental para la Universidad Galileo .....	86
Estrategia Creativa.....	86
Mensaje.....	87
Estrategia de Medios .....	87
El grupo objetivo primario y secundario .....	88
Acción Principal .....	88
Acciones y Medios Mercadológicos Sugeridos.....	88
Medios Virtuales.....	88
Material Promocional .....	89
Nueva Imagen Social de Guatemala .....	91
Resumen .....	92
Introducción .....	93
Selección y delimitación del tema.....	95
Delimitación espacial .....	95
Delimitación temporal .....	95
Delimitación Teórica .....	95
Justificación .....	96
Marco Teórico .....	97
Antecedentes.....	97
Teoría de la Imagen Social .....	102
Teoría de la Imagen Social – La idea de Nación.....	103

	10
Definición .....	104
Orígenes.....	104
Impulsores de la Teoría de la Identidad e Imagen Social. ....	105
Desarrollo.....	106
El origen del valor social de la imagen.....	107
La influencia de la Sociología Visual.....	107
Conceptos claves .....	108
Imagología. ....	108
Branding Corporativo. ....	109
Principales exponentes .....	110
Víctor Gordo Gil. ....	111
Álvaro Gordo. ....	113
Principales Experimentos .....	114
Principales Aplicaciones.....	116
Aplicación en la publicidad. ....	117
Aplicación en las Relaciones Públicas.....	117
Aportes.....	117
Planteamiento del Problema.....	120
Pregunta de investigación.....	126
Objetivos .....	126
Objetivo general .....	126

Objetivos específicos .....	126
Hipótesis.....	127
Definición conceptual de las variables.....	127
Imagen social.....	127
Marca País .....	127
Riesgo País .....	128
Definición operacional de las variables .....	130
Para la Imagen social se presentan las siguientes variables operacionales: .....	130
FODA.....	130
Balance de aspectos positivos y negativos del país. ....	130
Mapeo de actores. ....	131
Para <i>Marca País</i> se plantean las siguientes variables operacionales: .....	131
Modismos.....	131
Gastronomía.....	132
Turismo.....	132
Para <i>Riesgo País</i> se presentan las siguientes variables operacionales: .....	133
Coeficiente de Gini. ....	133
Violencia como resultado del crimen organizado.....	133
Impuestos.....	134
Comparativo con otros países.....	134
Metodología .....	135

Enfoque.....	135
Diseño.....	136
Fuentes.....	136
Población y muestra.....	136
Técnicas.....	136
Análisis y discusión de resultados.....	137
Para Imagen Social se presenta el siguiente análisis:.....	137
Análisis cuadro FODA. (Véase Apéndice N. Tabla No. 1 FODA General). ....	137
Análisis de Balance de aspectos positivos y negativos del país. ....	140
Análisis de Mapeo de Actores. ....	140
Para Marca País se presentan los siguientes análisis:.....	141
Modismos.....	141
Costumbres y tradiciones.....	142
Gastronomía.....	143
Turismo.....	144
Para Riesgo País, se presentan los siguientes análisis.....	145
Violencia como resultado del crimen organizado.....	145
Análisis Coeficiente de Gini.....	147
Impuestos.....	151
Comparativo con otros países.....	153
Estudio de viabilidad del proyecto.....	157

Viabilidad Técnica.....	157
Viabilidad Jurídica o Legal.....	159
Estructura Administrativa. ....	159
Marco Legal.....	161
Contratos/Convenios.....	163
Viabilidad Social .....	164
Viabilidad Financiera .....	167
Presupuesto. ....	168
Propuesta Imagen Social de Guatemala .....	169
Imagen Global .....	169
Identidad, identificación e imagen.....	169
Propuesta de reestructuración comunicacional.....	170
Campaña de concientización .....	173
Estrategia .....	174
Ejes de la estrategia.....	174
Misión.....	175
Valores. ....	175
Funcionamiento de la estrategia .....	175
Fortalecer los valores. ....	176
La selfie con el poli.....	176
Alianza con los medios de comunicación.....	176



Recursos audiovisuales.....	177
Vídeo promocional.....	177
Conclusiones .....	179
Recomendaciones.....	180
Minex (Ministerio de Relaciones Exteriores de Guatemala):.....	180
Creación de una Oficina de Prensa para la Organización .....	181
Guatemala Próspera.....	181
Agradecimientos.....	183
Resumen .....	184
Introducción .....	185
Antecedentes .....	187
Planteamiento del problema .....	190
Pregunta de Investigación .....	190
Justificación.....	190
Objetivos .....	191
Objetivo General.....	191
Objetivos Específicos .....	191
Marco Teórico .....	192
Teoría de Audiencia Activa.....	192
Definición. ....	192
Principales conceptos y categorías.....	192

Principales exponentes.....	194
Aplicaciones.....	194
Aportes.....	194
Organización Guatemala Próspera.....	196
Visión.....	197
Misión.....	197
Ejes de Trabajo de la Organización Guatemala Próspera.....	197
La transformación está en mí.....	197
Desayuno Nacional de la Oración.....	201
Responsabilidad Social.....	201
Capacitaciones y Seminarios.....	201
Metodología.....	202
Enfoque.....	202
Diseño.....	202
Fuentes.....	202
Población.....	202
Muestra.....	203
Técnica e Instrumento.....	203
Diagnóstico de Comunicación.....	204
Análisis FODA.....	206
Propuesta de creación de Oficina de Prensa para Guatemala Próspera.....	206

Funciones del Personal .....	207
Director de Comunicación (Vocero).....	207
Secretaría de Comunicación. ....	207
Redactor de Contenidos. ....	208
Producción. ....	208
Diseño y Arte. ....	208
Community Manager. ....	209
Plan de Comunicación.....	210
Objetivo General de Comunicación .....	210
Objetivos Específicos de Comunicación .....	210
Público Objetivo .....	210
Mensajes de Comunicación .....	210
Estrategia de Comunicación. ....	211
Tácticas de Comunicación. ....	212
Plan de Medios .....	213
Análisis de factores externos e internos.....	214
Objetivos de Medios. ....	214
Estrategias de Medios. ....	214
Tácticas de Medios. ....	214
Presupuesto. ....	215
Viabilidad de la Propuesta.....	216

Viabilidad Financiera.....	216
Viabilidad Comercial.....	217
Viabilidad Técnica.....	219
Viabilidad Jurídica.....	220
Viabilidad Social.....	221
Evaluación de Propuesta.....	222
Conclusiones.....	223
Referencias.....	224
Tesis.....	224
Libros.....	225
Capítulos.....	226
Artículos.....	227
Leyes.....	228
Ponencias y Conferencias.....	229
Recursos electrónicos.....	229
Apéndices.....	234
Apéndice A: Tabla 1. Cuadro Matriz de Variables.....	235
Apéndice B: Tabla 2. Matriz de verificación del agua.....	236
Apéndice C: Tabla 3. Matriz de verificación de la energía eléctrica.....	237
Apéndice D: Tabla 4. Matriz de verificación de la basura.....	238
Apéndice E: Tabla 5. Cotejo del recurso del agua.....	239

Apéndice F: Tabla 6. Cotejo del recurso energético .....	241
Apéndice G: Tabla 7. Manejo de la basura .....	242
Apéndice H: Tabla 8. Cotejo de manejo de bosques .....	244
Apéndice I: Cuadro 1. Presupuesto .....	245
Apéndice J: Cuadro 2. Retorno de inversión.....	246
Gráfica 1. Retorno de inversión.....	246
Apéndice K: Cuadro 3. Flujo de Efectivo .....	247
Apéndice L: Fotografías de situación ambiental .....	248
Fotografía 1. Cisterna permanece cerrada .....	248
Fotografía 2. Sistema ahorrador de agua .....	248
Fotografía 3. Indicación en los baños .....	249
Fotografía 4. Mingitorios .....	249
Fotografía 5. Sistema ahorrador de agua en inodoros.....	250
Fotografía 6. Clase vacía.....	250
Fotografía 7. Salón de clase al terminar jornada.....	251
Fotografía 8. Servicios sanitarios.....	252
Fotografía 9. Pasillos .....	253
Fotografía 10. Salones .....	254
Fotografía 11. Almacenamiento de basura .....	255
Fotografía 12. Basura de Burger King.....	256
Fotografía 13. Pasillos en buen estado y sin basura.....	256

Fotografía 14. Persona tirando la basura en el área de almacenamiento .....	257
Fotografía 15. Árbol de bambú picado .....	257
Fotografía 16. Maceta con basura dentro.....	258
Fotografía 17. Plantas con problemas de hongos.....	258
Fotografía 18. Río de aguas negras dentro del bosque .....	259
Fotografía 19. Carterita de fósforos dentro del bosque.....	259
Fotografía 20. Encargado del vivero realiza su trabajo .....	260
Fotografía 21. Los encaminamientos se encuentran en buen estado .....	260
Fotografía 22. Plantas ornamentales en buenas condiciones .....	261
Apéndice M: Diseño de Campaña de Socialización de la Información Ambiental. ....	262
Figura 1. Logotipo del compromiso con el ambiente .....	262
Figura 3. UPS.....	263
Figura 4. Descansadores de pantalla.....	263
Figura 5. Pachón de agua .....	264
Figura 6. Promocionales del pachón.....	265
Figura 7. Imágenes de difusión de reciclaje.....	266
Figura 8. Promocionales en las instalaciones .....	267
Figura 9. Separación de desechos .....	268
Figura 10. Promoción de mensajes en mesas.....	269
Apéndice N. Tabla No. 1. FODA General .....	270
Apéndice Ñ. Tabla No. 2. Balance positivo y negativo .....	271

Apéndice O. Tabla No. 3. Mapeo de actores.....	273
Apéndice P. Tabla No. 4. A 8. Vocabulario Chapín .....	276
Apéndice Q. Tabla No. 9. Diagnóstico de variable operacional de marca de país: costumbres y tradiciones .....	283
Apéndice R. Tabla No. 10. y 11. Gastronomía.....	284
Apéndice S. Cuadro No. 1. y 2. Turismo. ....	290
Apéndice T. Cuadro No. 3. Calificaciones de Deuda Soberana de Largo Plazo en Moneda Extranjera.....	293
Apéndice T. Cuadro No. 4. Guatemala: Calificaciones de Riesgo País.....	294
Apéndice U. Cuadro No. 5. Diagnóstico de variable operacional de marca de país: violencia.....	295
Apéndice V. Cuadro No. 6. Producción .....	296
Apéndice W. Cuadro No. 7. Convenios Internacionales de Cooperación en el Campo del Turismo.....	298
Apéndice X. Cuadro No. 8. Campaña publicitaria .....	299
Apéndice Y. Tabla No. 12. Imagen, identidad e identificación .....	300
Apéndice Z. Figura No. 1. Logotipo .....	301
Apéndice AA. Tabla No. 13. Matriz de diseño de estrategia .....	302
Apéndice AB. Tabla No. 1. Análisis FODA .....	304
Apéndice AC. Gráfica No. 1. Organigrama .....	305
Apéndice AD. Tabla No. 2. Planificación de Mensajes de Comunicación.....	306
Apéndice AE. Cuadro No. 1. Presupuesto de Medios (Media Flowchart).....	307

Apéndice AF. Cuadro No. 2. Presupuesto Maestro.....	308
Apéndice AF. Cuadro No. 3. Retorno de Inversión .....	308
Apéndice AG. Gráfica No. 2. Tiempo en alcanzar el millón de participantes con el plan de medios propuesto.....	309
Apéndice AG. Gráfico No. 3. Tiempo en alcanzar el millón de participantes actualmente. .....	309
Apéndice AH. Cuadro No. 4. Equipo con el que se cuenta y viabilidad de adquisición. ..	310
Apéndice AH. Cuadro No. 5. Costo del equipo .....	310
Apéndice AH. Cuadro No. 6. Detalle del Equipo .....	311
Apéndice AI. Tabla No. 3. Evaluación de Propuesta .....	312
Apéndice AJ. Encuesta No. 1. Encuesta de percepción del público .....	313
Apéndice AJ. Encuesta No. 2. Encuesta de opinión de los participantes.....	314



## Índice de Tablas

### **Proyecto de Imagen Ambiental**

Apéndice A: Tabla 1. Matriz de Variables.....	235
Apéndice B: Tabla 2. Matriz de verificación del agua .....	236
Apéndice C: Tabla 3. Matriz de verificación de la energía eléctrica .....	237
Apéndice D: Tabla 4. Matriz de verificación de la basura .....	238
Apéndice E: Tabla 5. Cotejo del recurso del agua.....	239
Apéndice F: Tabla 6. Cotejo del recurso energético.....	241
Apéndice G: Tabla 7. Manejo de la basura.....	242
Apéndice H: Tabla 8. Cotejo de manejo de bosques.....	244

### **Nueva Imagen Social de Guatemala**

Apéndice N. Tabla No. 1. FODA General.....	270
Apéndice Ñ. Tabla No. 2. Balance positivo y negativo.....	271
Apéndice O. Tabla No. 3. Mapeo de actores.....	272
Apéndice P. Tabla No. 4. Vocabulario Chapín o modismos que ayudan a nacionalizar una cultura sana.....	276
Apéndice P. Tabla No. 5. De la violencia individual a la social.....	279
Apéndice P. Tabla No. 6. Vocabulario Chapín o modismos que ayudan a mantener una cultura violenta.....	280
Apéndice P. Tabla No. 7. Frases célebres chapinas.....	281
Apéndice P. Tabla No. 8. Retahílas.....	282
Apéndice Q. Tabla No. 9. Diagnóstico de variable operacional de marca de país: costumbres y tradiciones.....	283
Apéndice R. Tabla No. 10. Gastronomía. Platillos Típicos de Guatemala.....	284
Apéndice R. Tabla No. 11. Gastronomía. Negocios de Platillos Típicos de Guatemala...	289

Apéndice Y. Tabla No. 12. Imagen, identidad e identificación.....	300
Apéndice AA. Tabla No. 13. Matriz de diseño de estrategia.....	302

### **Creación de una Oficina de Prensa**

Apéndice AB. Tabla No. 1. Análisis FODA.....	304
Apéndice AD. Tabla No. 2. Planificación de Mensajes de Comunicación.....	306
Apéndice AI. Tabla No. 3. Evaluación de Propuesta.....	312

## **Índice de Cuadros**

### **Proyecto de Imagen Ambiental**

Apéndice I: Cuadro 1. Presupuesto.....	245
Apéndice J: Cuadro 2. Retorno de inversión.....	246
Apéndice K: Cuadro 3. Flujo de Efectivo.....	247

### **Nueva Imagen Social de Guatemala**

Apéndice S. Cuadro No. 1. Turismo. Visitante extranjero durante el año 2014 en Guatemala.....	290
Apéndice S. Cuadro No. 2. Turismo. Visitante residente durante el año 2014 en Guatemala.....	292
Apéndice T. Cuadro No. 3. Calificaciones de Deuda Soberana de Largo Plazo en Moneda Extranjera.....	293
Apéndice T. Cuadro No. 4. Guatemala: Calificaciones de Riesgo País.....	294
Apéndice U. Cuadro No. 5. Diagnóstico de variable operacional de marca de país: Violencia.....	295
Apéndice V. Cuadro No. 6. Producción.....	296

Apéndice W. Cuadro No. 7. Convenios Internacionales de Cooperación en el Campo del Turismo.....	298
Apéndice X. Cuadro No. 8. Campaña publicitaria.....	299

### **Creación de una Oficina de Prensa**

Apéndice AE. Cuadro No. 1. Presupuesto de Medios (Media Flowchart) .....	307
Apéndice AF. Cuadro No. 2. Presupuesto Maestro.....	308
Apéndice AF. Cuadro No. 3. Retorno de Inversión.....	308
Apéndice AH. Cuadro No. 4. Equipo con el que se cuenta y viabilidad de adquisición....	310
Apéndice AH. Cuadro No. 5. Costo del equipo.....	310
Apéndice AH. Cuadro No. 6. Detalle del Equipo.....	311

## **Índice de Gráficas**

### **Proyecto de Imagen Ambiental**

Gráfica 1. Retorno de inversión.....	246
--------------------------------------	-----

### **Creación de una Oficina de Prensa**

Apéndice AC. Gráfica No. 1. Organigrama.....	305
Apéndice AG. Gráfica No. 2. Tiempo en alcanzar el millón de participantes con el plan de medios propuesto.....	309
Apéndice AG. Gráfica No. 3. Tiempo en alcanzar el millón de participantes actualmente.....	309

## Índice de Fotografías

### Proyecto de Imagen Ambiental

Apéndice L: Fotografías de situación ambiental.....	248
Fotografía 1. Cisterna permanece cerrada.....	248
Fotografía 2. Sistema ahorrador de agua.....	248
Fotografía 3. Indicación en los baños.....	249
Fotografía 4. Mingitorios.....	249
Fotografía 5. Sistema ahorrador de agua en inodoros.....	250
Fotografía 6. Clase vacía.....	250
Fotografía 7. Salón de clase al terminar jornada.....	251
Fotografía 8. Servicios sanitarios.....	252
Fotografía 9. Pasillos.....	253
Fotografía 10. Salones.....	254
Fotografía 11. Almacenamiento de basura.....	255
Fotografía 12. Basura de Burger King.....	256
Fotografía 13. Pasillos en buen estado y sin basura .....	256
Fotografía 14. Persona tirando la basura en el área de almacenamiento.....	257
Fotografía 15. Árbol de bambú picado.....	257
Fotografía 16. Maceta con basura dentro.....	258
Fotografía 17. Plantas con problemas de hongos.....	258
Fotografía 18. Río de aguas negras dentro del bosque.....	259
Fotografía 19. Carterita de fósforos dentro del bosque.....	259
Fotografía 20. Encargado del vivero realiza su trabajo.....	260
Fotografía 21. Los encaminamientos se encuentran en buen estado.....	260
Fotografía 22. Plantas ornamentales en buenas condiciones.....	261

## Índice de Figuras

### **Proyecto de Imagen Ambiental**

Apéndice M: Diseño de Campaña de Socialización de la Información Ambiental.....	262
Figura 1. Logotipo del compromiso con el ambiente.....	262
Figura 2. Material Point of Purchase.....	262
Figura 3. UPS.....	263
Figura 4. Descansadores de pantalla.....	263
Figura 5. Pachón de agua.....	264
Figura 6. Promocionales del pachón.....	265
Figura 7. Imágenes de difusión de reciclaje.....	266
Figura 8. Promocionales en las instalaciones.....	267
Figura 9. Separación de desechos.....	268
Figura 10. Promoción de mensajes en mesas.....	269

### **Nueva Imagen Social de Guatemala**

Apéndice Z. Figura No. 1. Logotipo.....	301
---	-----