



COORDINADORA
EXTREMEÑA DE ONGD | CONGDEX

Estrategia de Comunicación

2025-2028

Índice

1. Introducción	3
2. Diagnóstico: situación de partida	5
3. Estrategia	8
a. Comunicación externa	8
b. Comunicación interna	9
4. Medidas para el cambio	12
I. Un aniversario para la memoria y el reconocimiento.	12
II. Un argumentario para concretar un relato y un tono compartido.	12
III. Un método eficaz para la difusión de actividades de las ONGD.	13
IV. Un acercamiento a posibles aliadas a través de la comunicación.	15
V. Una nueva web más sencilla y fácil de usar.	16
VI. Un protocolo para aclarar la función de cada canal.	17
VII. Una gobernanza de la comunicación más operativa.	18
5. Cronograma	19

1.Introducción

El presente documento responde a lo acordado en el Plan Estratégico de la CONGDEX para el período 2024 - 2028, que sitúa a la comunicación como línea estratégica nº 4. Además, se propone la elaboración de un plan específico para esta cuestión que debe abordar dos retos: mejorar la visibilidad externa y fortalecer la comunicación interna.

Es importante señalar el carácter instrumental y transversal de la comunicación con respecto a las otras líneas estratégicas de la Coordinadora extremeña:

Línea estratégica 1: Desarrollo Interno.

La comunicación fortalece la cohesión interna y el sentimiento de pertenencia, facilitando el flujo de información, la participación de las entidades, la transparencia y el buen gobierno.

Línea estratégica 2: Alianzas y Relaciones.

Posicionar a la CONGDEX como un actor relevante de la sociedad civil extremeña, y generar confianza y colaboración con aliadas con las que se comparte propósito.

Línea estratégica 3: Incidencia.

Amplificar mensajes, movilizar a la base social, presionar a las administraciones, y posicionar las demandas y propuestas en espacios de toma de decisión y debate público.

Línea estratégica 5: Ciudadanía Global.

Sensibilizar e involucrar a segmentos concretos de la ciudadanía en los valores de la justicia global y los DDHH promoviendo un cambio social desde el compromiso colectivo.

Se dice que la comunicación lo es todo, y que todo comunica. Todas estas líneas deben ser interdependientes, y así como la comunicación, aislada, no puede resolver todos los desafíos de la CONGDEX, está claro que sin una buena comunicación tampoco se alcanzarán las metas que se marque esta Coordinadora. Este documento no es una varita mágica. Tampoco pretende ser un listado de objetivos abstractos, líneas de acción infinitas sin recursos asignados o indicadores de impacto inalcanzables. Lo que se busca, más bien, es poner orden a las herramientas con las que se cuenta e identificar necesidades de mejora prioritarias a las que se pueda dar respuesta con medidas concretas.

Para elaborar esta Estrategia se ha realizado un diagnóstico basado en entrevistas y un análisis de herramientas, documentos y acciones de los últimos años. Lo que ofrecemos a continuación son las principales conclusiones de ese punto de partida; un planteamiento estratégico, conciso y diferenciado, para las dimensiones interna y externa de la comunicación (objetivos, indicadores, públicos, contenidos y canales); así como una serie de medidas para implementar en los próximos años.

Gráfico 1: para qué debe servir la comunicación



2. Diagnóstico: situación de partida

Estas son las principales conclusiones y hallazgos identificados durante el trabajo de campo. Elementos que determinan el contexto en el que se debe desarrollar esta Estrategia.

Ausencia de base social y espíritu crítico

Existe unanimidad sobre la falta de participación y de movilización de la sociedad extremeña. Especialmente alrededor de las iniciativas y espacios de justicia global, que se perciben como endogámicos e incapaces de llegar a nuevos públicos, aumentar su voluntariado o generar campañas con impacto que contrarresten los discursos de odio. Por relativizar ese análisis pesimista, esto no sólo sucede en Extremadura. Otras coordinadoras autonómicas similares en cuanto a tamaño y características (Asturias o Baleares) hacen frente a las mismas dificultades con una influencia social (alcance en redes sociales) y política (% destinado a AOD) igual o inferior. En ese sentido, y con respecto al público joven, existen estudios recientes del sector¹ que dan algunas pistas sobre nuevas formas de participación que pueden ser útiles.

Falta de alianzas

Independientemente de la comodidad y las ventajas que se encuentran en la Red de Coordinadoras Autonómicas y la Coordinadora estatal, se han encontrado pocos vínculos con plataformas amplias de organizaciones de la sociedad civil extremeña para unir sus luchas y apoyarse mutuamente en la difusión de sus iniciativas. Con esa intención, la CONGDEX ha impulsado un Pacto Extremeño por la Solidaridad tras su Foro celebrado en noviembre de 2024. También existen en la región redes de entidades más institucionalizadas ([Plataforma del Tercer Sector](#), de la que forman parte [EAPN](#) y la [Plataforma del Voluntariado](#)), o de movimientos sociales ([Colectivos en Lucha](#)).

Contexto político

La legislatura que comenzó en 2023 ha traído recortes a la política pública de cooperación, además de un escenario complejo para la defensa de los derechos humanos y la justicia social a nivel local y global. En ese contexto la CONGDEX, que agrupa a entidades de naturalezas y posicionamientos muy diversos, debate sobre qué estrategia y qué tono usar. Existe una tensión continua entre adoptar una actitud combativa pero no poner en peligro la escasa financiación de la que depende el sector. Señalar responsabilidades pero no llegar a romper el diálogo.

¹ La [CVONGD](#), la [Fede](#), la [CAONGD](#), [Alianza por la Solidaridad](#) o la [Liga Española de la Educación](#) han publicado materiales sobre esta temática.

Narrativa

Ante ese panorama, se necesita una voz, unos mensajes y un relato reconocible y consensuado que proyecte una visión de conjunto de la CONGDEX. Si analizamos las apariciones en prensa de 2023 y 2024, el 75% de ellas fueron para denunciar el desmantelamiento de la cooperación extremeña, con un abanico de argumentos que puede identificarse como disperso y con un lenguaje técnico alejado de la ciudadanía. Para algunas informantes, el marco de la defensa de los DDHH y contar lo que hacen las ONGD extremeñas en su día a día debería tener más presencia.

Análisis de campañas

En los últimos 10 años se han desarrollado acciones de todo tipo. Con más o menos recursos; con el apoyo de asistencias técnicas o con medios propios; ante períodos electorales o como respuesta a situaciones de crisis concretas; y mezclando lo lúdico (herramientas audiovisuales o teatrales) con lo informativo (datos y estadísticas). El éxito o el fracaso de estas campañas depende de muchos factores, pero para los próximos años algunas voces apuestan por dos claves: reforzar lo participativo, y ganar presencia en las calles.

Equipo humano

La gestión de la comunicación está repartida entre las tres personas de la secretaría técnica. Aunque lo ideal sería contar con una persona especializada dedicada únicamente a esa tarea, el esquema actual también se puede interpretar como una fortaleza. El equipo en su conjunto tiene una visión más amplia y transversal de la realidad de la CONGDEX (grupos de trabajo, proyectos, procesos de incidencia, situación de las ONGD, etc.). Lo que sí que despierta más preocupación es no saber quién asume la responsabilidad desde los órganos de Gobierno. No existe un grupo de trabajo que decida una estrategia, ni una vocalía específica que supervise, haga de enlace con el resto de la Junta Directiva y pueda dar respuesta rápida a lo que implementa el equipo técnico. En ese sentido, se han señalado las dificultades de la Junta Directiva para asumir más tareas ya que no suelen contar con tiempo liberado desde sus entidades.

Herramientas

El uso de herramientas digitales de comunicación, en general, se percibe como adecuado. Excepto la página web (que es muy disfuncional), el resto de canales (RRSS, grupos de whatsapp, circulares internas) mantiene unas frecuencias, reparto de contenidos y formatos que responden a las necesidades de comunicación externa e

interna. Además el uso de Metricool o Mailchimp facilita la programación y la medición del impacto. A pesar de que existe cierta frustración por el escaso alcance de estos canales, está al mismo nivel que coordinadoras autonómicas similares. Sin embargo, se demanda un método que haga más eficiente y ordenado el flujo de información para difundir la actualidad de las ONGD, que tienen unas expectativas altas de ese servicio.

Redes Sociales

En concreto, los sentimientos que despierta el uso de este canal son ambivalentes. Por un lado, la deriva antidemocrática de algunas compañías tecnológicas genera rechazo, pero la CONGDEX actualmente necesita estar presente en tres redes sociales para llegar a diferentes audiencias ya que algunas ONGD socias tienen cuenta en Facebook, otras en Twitter, y otras en Instagram. Por otro lado, la influencia del algoritmo genera la sensación de no estar llegando ni siquiera al entorno más cercano, y se dedica una gran cantidad de horas a la semana en generar contenido para obtener muy poquito alcance e interacción.

Lo presencial

No se han detectado necesidades de cambio o mejora relacionadas con los espacios presenciales. Las Asambleas, las reuniones de los grupos de trabajo y otros espacios de funcionamiento de la CONGDEX parecen contar con una cultura organizacional, formatos (aprovechando las ventajas de lo online), duraciones y contenidos apropiados. En general, también se percibe un ambiente de confianza, cercanía y cuidados en el que no están presentes actitudes patriarcales ni conflictos latentes que afecten a la comunicación interna ni a la cohesión de la Coordinadora.

3. Estrategia

a. Comunicación externa

Objetivo General: Visibilidad externa, al servicio de nuestra estrategia y como altavoz de las causas que defendemos y sobre las que actuamos.		
Objetivos específicos	Indicadores para 2028	
Cohesionar el relato de la Coordinadora	Uso frecuente de un argumentario que establezca mensajes clave, reivindicaciones y un tono para la incidencia política y social.	
Diseñar campañas y acciones que promuevan la participación y movilización social	Al menos una campaña propia por año y otra en red con la red de coordinadoras autonómicas.	
Aumentar el alcance en web y redes sociales. Abrir nuevo canal (boletín)	Aumento anual del 5% en páginas vistas y usuarios web // Aumento del 5% en seguidoras, impresiones e interacciones totales en redes sociales // Aumenta anual del 10% en suscritas a boletín	
Mantener presencia en medios, variando la temática de las apariciones	10 apariciones cada año // Menos de un 50% de ellas relativas a la situación de la política de cooperación	
Público	Canal	Contenidos
Profesionales y base social del sector Alumnado Máster Cooperación UNEX Militancia de otros movimientos sociales extremeños	Web	Historia, transparencia y estructura de la CONGDEX (estáticos) Actualidad y campañas de la CONGDEX (dinámicos) Eventos y ofertas de empleo de las ONGD socias

Otras simpatizantes		
Mismas que en apartado web, divididas en: Seguidoras que ven nuestros contenidos e interactúan (o no), seguidoras que no ven nuestros contenidos y potenciales seguidoras	RRSS (FB, TW, IG)	Actualidad de la CONGDEX Actualidad de las ONGD socias Actualidad de las alianzas a nivel estatal y regional
Audiencias de cada medio, que pueda estar más o menos a favor de la justicia global	Medios de comunicación	Notas de prensa, comunicados y entrevistas por momentos clave de incidencia política, eventos destacados, Días Internacionales o situaciones de emergencia

b. Comunicación interna

Objetivo General: Interacción y comunicación entre entidades, con la definición de los mecanismos necesarios para que las entidades y personas de la red estén conectadas entre ellas generando mayores sinergias en el trabajo que realizamos desde la CONGDEX.	
Objetivos específicos	Indicadores para 2028
Revisar la estructura de la CONGDEX	Establecido y en funcionamiento qué persona u órgano coordina la comunicación
Aclarar la función de cada canal de comunicación interna	El uso adecuado de los canales es muy frecuente y el inadecuado, apenas sucede
Optimizar y hacer más eficiente el flujo para difundir las informaciones	Protocolo acordado, respetado y en funcionamiento por todas las partes

de las ONGD socias		
Medir y aumentar el alcance de las circulares internas	Porcentajes de apertura superiores al 50%	
Público	Canal	Contenidos
Representantes de ONGD socias	Circulares internas por mail y canal de Whatsapp	Actualidad, funcionamiento y servicios de la CONGDEX, cuestionarios, información inter-grupos, previsión de actividades de las ONGD socias.
Junta Directiva y Secretaría Técnica	Grupos Whastapp	Coordinación general de la CONGDEX, posicionamientos políticos, obligaciones estatutarias
Participantes en Grupos de Trabajo	Grupos Whatsapp de cada grupo de trabajo	Debates y acciones sobre la temática del grupo, convocatoria a reuniones, e información inter-grupos.
Representantes de ONGD socias	Grupo Whatsapp general para debates	Debates abiertos y resolución colectiva de dudas
Asambleas y reuniones		
Mantienen sus formatos, extensiones y dinámicas de trabajo: asambleas ordinarias y extraordinarias (anuales), reuniones de la Junta Directiva (mensuales), reuniones de los Grupos de Trabajo (al menos una vez al mes).		

Gráfico 2: públicos de la comunicación interna



Gráfico 3: públicos de la comunicación externa



4. Medidas para el cambio

I. Un aniversario para la memoria y el reconocimiento.

Justificación

Ante el contexto actual, el 30º aniversario puede servir para poner en valor todos los logros alcanzados y poder relativizar: ¿estamos peor ahora que hace 30 años? También ofrece la oportunidad de hablar del trabajo de la CONGDDEX, cómo ha evolucionado el mundo y los desafíos en DDHH, emergencia climática, justicia global...y no tanto de la coyuntura presupuestaria. La organización de un evento abierto a la ciudadanía permite tener presencia en las calles desde otro marco. La celebración de un evento presencial informal para encontrarse, disfrutar de algún contenido lúdico y cuidarse puede mejorar el sentimiento de pertenencia y la cohesión de la Coordinadora.

Proceso de implementación

2025 (primer trimestre): Se analizan otros aniversarios de Coordinadoras de ONGD y entidades. Se define el público y las acciones que se van a generar.

2025 (segundo trimestre): Se lanza la campaña y se celebra el evento principal, a poder ser, en un espacio de calle en el que pueda participar la ciudadanía.

Recursos

- Presupuesto asignado
- Junta Directiva y Secretaría Técnica
- ONGD socias

Riesgos

Explicar una historia muy detallada que solo interesa a lo interno: no ser autorreferenciales y saber incluir a la ciudadanía como protagonista de esa cronología solidaria. Volver a caer en reduccionismos que hablen de 0,7% y momentos de incidencia para la defensa de la política de cooperación.

>> Respuesta: versiones interna y externa de los contenidos creados.

II. Un argumentario para concretar un relato y un tono compartido.

Justificación

Se trata de una ausencia detectada durante el diagnóstico. Facilita la vida a portavoces, no hay que empezar a redactar de cero cada vez que se presenta una situación de

incidencia, y puede recoger los consensos de todas las socias. Además, permite acotar la excesiva presencia que suelen tener las demandas ligadas al % de AOD. Para ser útil, debería distinguir entre mensajes para la ciudadanía y para los representantes políticos e indicar el tono, nivel de vehemencia, contundencia y señalamiento de las responsabilidades acordado por todas las partes.

Proceso de implementación

2025: Se elabora y valida durante el primer semestre.

2026: Se usa de manera frecuente en apariciones en prensa y contenidos de incidencia.

2027: Se revisa y actualiza para el período electoral.

Recursos

- Junta Directiva y Asamblea General con el apoyo de la Secretaría Técnica
- Pacto Extremeño por la Solidaridad

Riesgos

Dificultades para llegar a consensos sobre qué palabras, mensajes o tono usar

>> Respuesta: tomar como propuesta de mínimos el Pacto extremeño por la Solidaridad.

Dificultades para dar salida al argumentario a través de labores de portavocía y contenidos elaborados

>> Respuesta: formación y simulaciones (ejercicios internos de ruedas de prensa, entrevistas con TV, acciones de calle) partiendo del argumentario, y aprovechando la cercanía de AECOS.

III. Un método eficaz para la difusión de actividades de las ONGD.

Justificación

Como hemos señalado, muchas ONGD socias confían en los canales de la Coordinadora para que difunda sus contenidos, pero el flujo de información no es eficiente para ninguna de las partes. Para las organizaciones, se pierde tiempo en enviar la información, en muchas ocasiones, en formatos y extensiones muy diferentes y poco aprovechables. Para el equipo técnico, se pierde tiempo en re-redactar contenidos, descargar imágenes y subirlas a las correspondientes redes. Además, se puede estar incurriendo en un error que sabemos que el algoritmo penaliza: subir las mismas

imágenes y los mismos textos perjudica a la “originalidad” del contenido y limita su alcance.

¿Cómo debería llegar la info a la CONGDEX?:

- A través de etiquetados y menciones en las respectivas redes.
- A través de emails con enlaces a la fuente primaria dirigidos a xxxxxx@congdextremadura.org, pero nunca a través whatsapp, pdfs y otros archivos adjuntos.
- A través de una observación proactiva en la que la persona encargada de las redes de la CONGDEX puede filtrar y distribuir equitativamente el apoyo en la difusión a las diferentes ONGD socias.

¿Cómo debería apoyar CONGDEX la difusión?:

- En redes: haciendo RT en Twitter, compartir en Facebook y stories con contenidos de los muros de la cuenta emisora en Instagram.
- Además, sabemos que los likes y los comentarios también pueden ser una manera de apoyar que el alcance de una publicación aumente.
- Para la web, solamente difundir eventos y ofertas de empleo de las ONGD socias a través de un sistema de fichas muy sencillo que amplíe la información en un enlace con la fuente primaria (sin necesidad de subir imágenes o textos largos).

Proceso de implementación

2025: En el segundo semestre, se aprueba el método y se pone en marcha.

2026: El método empieza a funcionar, aunque todavía hay muchas organizaciones a las que les cuesta respetarlo.

2027: La mayoría de las organizaciones respetan el método.

2028: Todas las organizaciones respetan el método.

Recursos

- Secretaría Técnica
- ONGD socias
- Canales en redes sociales y página web

Riesgos

Las organizaciones no aprueban el método o no lo siguen, se da un problema de apropiación.

>> Respuesta : Una infografía que resuma el método y sus ventajas. Una sesión online explicativa para explicarlo y debatirlo.

IV. Un acercamiento a posibles aliadas a través de la comunicación.

Justificación

Definir una estrategia de conocimiento y apoyo mutuo a través de los canales de comunicación para superar la endogamia y la incapacidad de llegar a nuevos públicos. Algunas de las entidades de la CONGDEX forman parte de otras redes presentes en la Plataforma del Tercer Sector de Extremadura, así como del listado de Colectivos en Lucha. O su especialización permite establecer esas conexiones (por ejemplo, AECOS en clave de comunicación transformadora). Aunque pueda haber diferencias de matiz en los posicionamientos, lo que une a todos estos espacios es mucho más que lo que los separa. Sucede lo mismo con organizaciones regionales del movimiento antirracista, feminista, ecologista, la economía solidaria o el movimiento vecinal.

Proceso de implementación

2025: Se empieza a seguir de manera activa (en redes sociales, a través de listas, boletines, asistencia a eventos) a esas posibles aliadas. De manera ocasional, se apoya la difusión de sus acciones.

2026: De manera frecuente se apoya la difusión de sus acciones, y de manera proactiva se comparten (a través del etiquetado, mandando mails...) las actividades propias para sean apoyadas.

2027: Al llegar al año electoral se ha establecido una relación de confianza y de interacción que facilita el apoyo mutuo en la difusión de propuestas y reivindicaciones. Se valora la posibilidad de realizar eventos conjuntos.

2028: A través de la comunicación, reuniones y otros encuentros presenciales se exploran fórmulas estructuradas para realizar campañas conjuntas.

Recursos

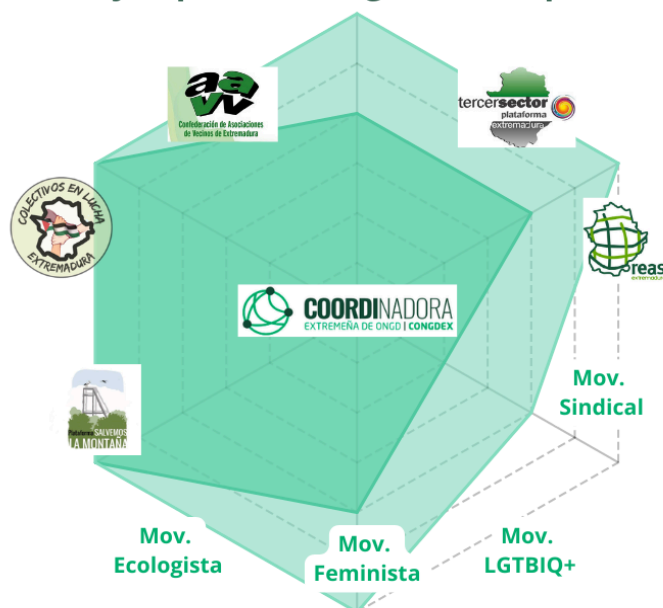
- Junta Directiva (lo ideal es que una vocalía asumiera esa tarea)
- Secretaría Técnica
- Canales en redes sociales

Riesgos

Algunas ONGD socias vetan o se oponen a ciertos contactos.

>> Respuesta: se elabora un sociograma con plataformas y colectivos del entorno para identificar y validar las afinidades que no resultan problemáticas.

Gráfico 4: ejemplo de sociograma con posibles aliadas



V. Una nueva web más sencilla y fácil de usar.

Justificación

El actual sitio web de la Coordinadora no es funcional. Tiene una estructura difícil de entender y un reparto de los contenidos a los que cuesta llegar. Su página de inicio presenta atajos a las últimas noticias y eventos de manera errónea. No existen mosaicos de noticias sino que se accede directamente a su contenido completo, lo que obliga a realizar scrolls infinitos. Además, no se encuentra información perenne y estática sobre los grupos de trabajo, y el apartado ofertas de empleo confunde al usuario a la hora de clicar. Se ha llegado a la conclusión de que resolver todos estos errores sería más costoso que elaborar una nueva web. Su nuevo planteamiento también debe responder a la demanda de optimizar recursos y priorizar las informaciones de la CONGDEX para este canal. Los apartados 'Eventos' y 'Empleo' sí que podrían ofrecer contenidos de las ONGD socias de manera centralizada y básica, incluyendo siempre links externos a la fuente primaria.

Proceso de implementación

2026 (primer semestre): Se asigna un presupuesto para desarrollar una nueva web. Se prepara el planteamiento de una estructura y un método de edición de contenidos que ahorre tiempo al equipo técnico.

2026 (segundo semestre): Desarrollo de la nueva web y lanzamiento.

Recursos

- Presupuesto asignado
- Secretaría Técnica

Riesgos

No existen fondos para contratar ese servicio en 2026 >> Respuesta: Se adapta la web ocultando las partes del menú que que generan confusión y disfuncionalidades. Se espera al año siguiente para obtener la financiación.

VI. Un protocolo para aclarar la función de cada canal.

Justificación

Aunque se va funcionando de manera más o menos operativa, se ha expresado la necesidad de contar con un recurso que explique de manera sencilla y gráfica para qué sirve cada herramienta de comunicación interna. Plasmar esas pautas en un protocolo acordado por todas las partes ayuda a que se respete la función de cada canal. También es útil para las nuevas organizaciones o personas que se unen a las dinámicas de trabajo de la CONGDEX. Lo que debería reflejar ese documento o infografía se corresponde, en parte con el apartado “contenidos” y “canales” de la estrategia de comunicación interna. Es decir, grupos y canales de whatsapp y circulares internas, pero también podría ampliarse con las llamadas telefónicas o los mails para canalizar mejor los servicios y la atención que se ofrece a las ONGD.

Proceso de implementación

2026 (primer semestre): Se prepara el protocolo. Se aprueba en Asamblea General.

2026 (segundo semestre): Se difunde a través de circulares, whatsapp y en reuniones de grupos de trabajo. Se re-dirige a él en las situaciones en las que no se respeta.








Recursos

- Secretaría Técnica y Junta Directiva.
- ONGD socias

Riesgos

Las organizaciones aprueban el protocolo pero no lo siguen, se da un problema de apropiación. >> Respuesta: Una infografía que resuma el método y sus ventajas. Una sesión online explicativa para explicarlo y debatirlo.

Gráfico 5: ejemplo infografía uso de canales

	CONTENIDOS / OBJETIVOS	HORAS
Grupo ONGD  xx personas	Debates abiertos y resolución colectiva de dudas	L - V, de 9 a 16h
Grupos de Trabajo  xx personas  xx personas	Debates y acciones sobre la temática del grupo, convocatoria a reuniones, e información inter-grupos.	L - V, de 9 a 16h
Llamadas y mails  56 ONGD socias / 3 Secretaría Técnica	Atención a las ONGD y facilitación de servicios, aclaración de dudas rápidas, asesoramiento, etc	L - V, de 9 a 16h
Reuniones  xx personas	Funcionamiento de los órganos de gobierno, Asambleas ordinarias y Extraordinarias, Grupos de Trabajo	L - V, de 9 a 16h
Canal CONGDEX  xx personas	Actualidad, funcionamiento y servicios de la CONGDEX, cuestionarios, información inter-grupos, previsión de actividades de las ONGD socias.	L - V, de 9 a 16h
Circulares internas  xx personas	Actualidad, funcionamiento y servicios de la CONGDEX, cuestionarios, información inter-grupos, previsión de actividades de las ONGD socias.	L - V, de 9 a 16h

VII. Una gobernanza de la comunicación más operativa.

Justificación

La Junta Directiva no cuenta con el tiempo y la liberación suficiente para asumir desde alguna de sus vocalías, o colectivamente, esa responsabilidad de seguimiento y coordinación constante. Por diversos factores, no existe ni se espera un grupo de trabajo específico de comunicación. La Secretaría Técnica se reparte las funciones de comunicación tal y como hemos explicado en el diagnóstico, pero, hay una demanda importante de crear esa figura de coordinación de la comunicación que supervise la orientación estratégica de todas las acciones, el uso de canales, etc.

Proceso de implementación

2025: Se comienza a debatir una fórmula para asignar dichas responsabilidades.

2026: El órgano designado comienza a funcionar.

Recursos

- Junta Directiva

Riesgos

No se llega a un consenso ni nadie asume la responsabilidad.