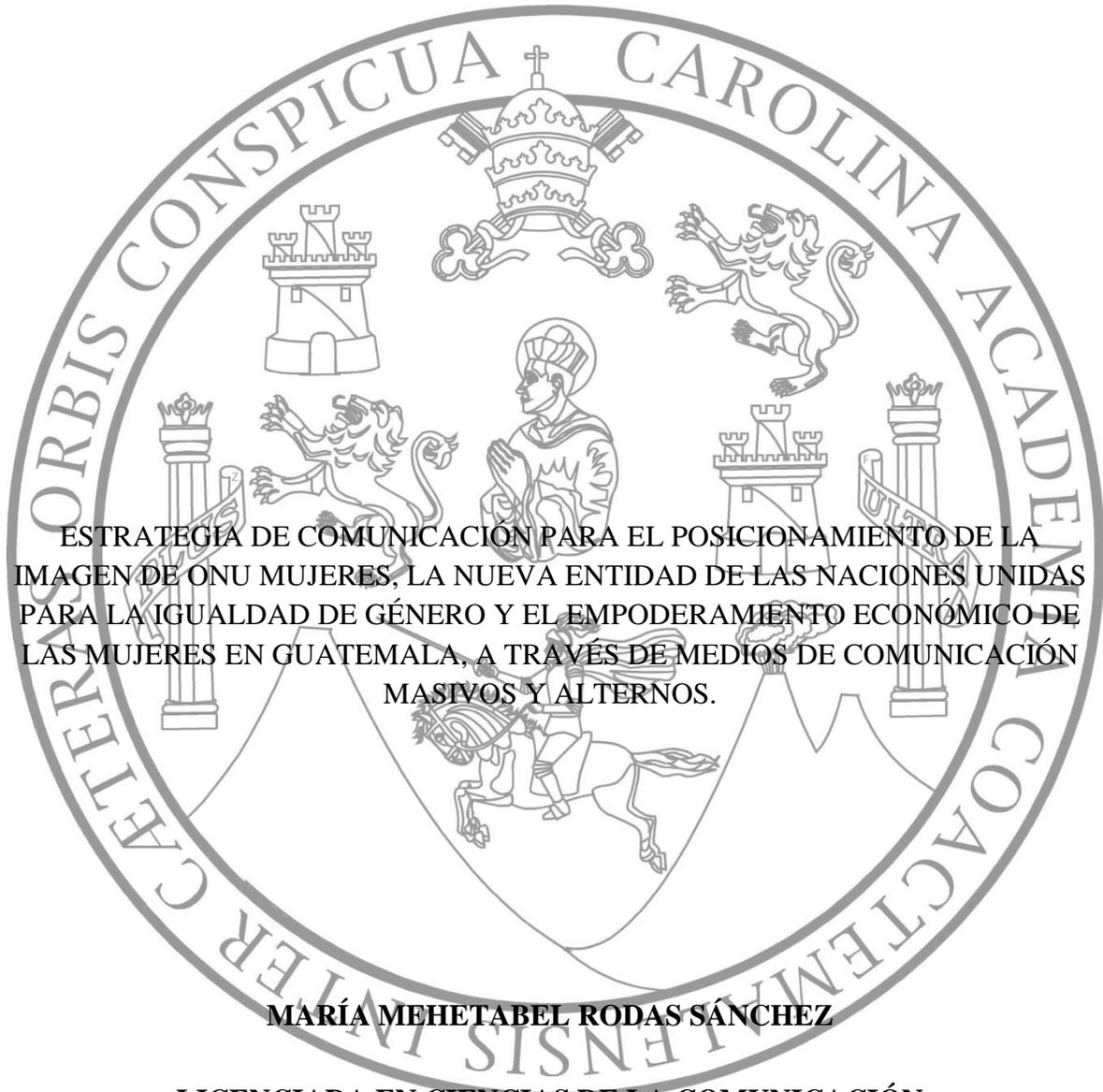


**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**



**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA
IMAGEN DE ONU MUJERES, LA NUEVA ENTIDAD DE LAS NACIONES UNIDAS
PARA LA IGUALDAD DE GÉNERO Y EL EMPODERAMIENTO ECONÓMICO DE
LAS MUJERES EN GUATEMALA, A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN
MASIVOS Y ALTERNOS.**

MARÍA MEHETABEL RODAS SÁNCHEZ

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA, NOVIEMBRE DE 2011

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO E.P.S.**

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA IMAGEN DE ONU MUJERES, LA NUEVA ENTIDAD DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA IGUALDAD DE GÉNERO Y EL EMPODERAMIENTO ECONÓMICO DE LAS MUJERES EN GUATEMALA, A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS Y ALTERNOS.

**Informe final de Ejercicio Profesional Supervisado, E.P.S. de Licenciatura
Presentado al Honorable Consejo Directivo por:**

MARÍA MEHETABEL RODAS SÁNCHEZ

**Previo a optar al título de
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Asesora

M.A. Oneida Rodas

GUATEMALA, NOVIEMBRE DE 2011

CONSEJO DIRECTIVO

Director

M.A. Gustavo Adolfo Bracamonte Cerón

Secretario

Licenciado Axel Santizo

Representantes de docentes

Licenciado Julio Moreno

M.A. Fredy Morales

Representante de los egresados

Licenciado Luis Armando Pavel Matute Iriarte

Representantes estudiantiles

Adriana Castañeda

Milton Lobo

Coordinador de EPS

M.A. Otto Yela

Supervisora de EPS

M.A. Oneida Rodas



Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad
de Género y el Empoderamiento de las Mujeres

Guatemala, 3 de noviembre de 2011

CONSTANCIA

M.A. Oneida Rodas
Supervisora
E.P.S. Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Respetable M.A. Rodas,

Reciba un cordial y atento saludo en nombre de ONU Mujeres, Entidad de las Naciones Unidas para la igualdad de género y empoderamiento de la mujer.

Por este medio hago constar que la estudiante **María Mehetabel Rodas Sánchez**, con número de carné 2005-14947, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala, realizó su Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en esta organización.

La estudiante Rodas realizó el -EPS- del 2 de marzo al 31 de agosto del presente año, cumpliendo con 800 horas de práctica, en un horario de 9:00 a 17:00 horas, de lunes a viernes. Ejecutó el proyecto: Estrategia de comunicación para el "Posicionamiento de la imagen de ONU Mujeres, la nueva entidad de las Naciones Unidas para la igualdad de género y el empoderamiento económico de las mujeres en Guatemala, a través de medios de comunicación masivos y alternos".

Sin otro particular, me suscribo de usted con las muestras de consideración y alta estima.

Atentamente,


Odeth Alvarado
Coordinadora de Comunicación
ONU Mujeres Guatemala



RC/o.a.
C/Archivo

5ª. Avenida 5-55 Zona 14 Edificio Europlaza Torre IV, Nivel 12
Guatemala, Guatemala 01014
Tel. +502 2381-8700 Fax: +502 2381-8615
www.onumujeres.org



Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 2 de noviembre de 2011

Estudiante:
María Mehetabel Rodas Sánchez
Carné: 200514947
Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

Por este medio informo a usted que he revisado el Informe Final del Proyecto de EPS con título: ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA IMAGEN DE ONU MUJERES, LA NUEVA ENTIDAD DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA IGUALDAD DE GÉNERO Y EMPODERAMIENTO ECONÓMICO DE LAS MUJERES EN GUATEMALA, A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS Y ALTERNOS.

El citado trabajo llena los requisitos de rigor del presente Programa, por lo cual emito DICTAMEN FAVORABLE para los efectos subsiguientes.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

M.A. Orceida Rodas
Supervisora EPS Licenciatura

Vo.Bo. M.A. Otto Yela
Coordinador EPS Licenciatura



Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12,
Teléfonos: (502) 2476-9926
(502) 2443-9500 extensión 1478
Fax: (502) 2476-9938
www.comunicacionusac.com.gt

DEDICATORIA

A DIOS

Por darme la vida y sabiduría, para poder alcanzar una meta importante en mi camino de estudiante y profesional.

A LA SANTÍSIMA VIRGEN

Por guiarme en el camino.

A MIS PADRES

Por el apoyo que me han brindado durante mi vida,
por sus consejos y apoyo incondicional.

A MIS HERMANAS

Por su apoyo, cariño y ser parte de mi vida.

s

A LAS PERSONAS

Que de alguna manera han intervenido en mi vida.

ABSTRACT

ONU Mujeres, es una entidad de las Naciones Unidas que trabaja en pro de la igualdad de género y el empoderamiento económico de la mujer, actualmente se encuentra en una fase de transición del Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer -UNIFEM- a ONU Mujeres y surge, por la fusión de cuatro entidades de la ONU. Esto motiva a posicionar la imagen de la nueva oficina de proyectos ONU Mujeres por medio de estrategias de comunicación organizacional, que dan como resultado productos que permiten dar a conocer esta entidad. La propuesta de comunicación lleva por nombre: Estrategia de Comunicación para el Posicionamiento de la imagen de ONU Mujeres, la nueva entidad de las Naciones Unidas para la igualdad de Género y el empoderamiento económico de las mujeres en Guatemala, a través de medios de comunicación masivos y alternos. El objetivo de la estrategia comunicacional es el posicionar la nueva imagen de ONU Mujeres a través de material institucional y publicidad para fortalecer la imagen e informar sobre los programas de la oficina. La estrategia de comunicación ofrece a ONU Mujeres la oportunidad de contar con un material diverso, que le permitirá visibilizarse y posicionarse.

Índice

1. Introducción:	9
2. Justificación:	10
3. Diagnóstico:	11
3.1. Institución:	11
3.1.1. Ubicación Geográfica:	11
3.1.2. Integración y Alianzas Estratégicas:	11
3.1.3. Origen e Historia:	12
3.1.4. Departamentos o Dependencias de la Institución:	14
3.1.5. Misión:	16
3.1.6. Visión:	16
3.1.7. Objetivos Institucionales:	16
3.1.8. Público Objetivo:	16
3.2. El Problema Comunicacional:	17
3.3. Técnicas de Recolección:	17
3.3.1. Observación:	18
3.3.2. Documentación:	18
3.3.3. Entrevistas a Profundidad:	21
3.3.4. Grupos Focales:	24
3.3.5. Encuestas:	25
3.4. FODA:	27
3.5. Indicadores de Éxito:	29
3.6. Necesidades de Comunicación:	29
4. Proyecto a Desarrollar:	29
4.1. Descripción Técnica de la Estrategia del Proyecto:	29
4.2. Objetivo General:	31
4.3. Objetivos Específicos:	31
4.4. Actividades que Operativizan la Estrategia:	31
4.5. Financiamiento:	32
4.6. Presupuesto:	32
4.7. Beneficiarios:	33

4.8.	Recursos Humanos:.....	33
4.9.	Áreas Geográficas de Acción:.....	34
4.10.	Cuadro Operativo de la Estrategia:	35
5.	Informe de Ejecución:	37
5.1.	Banners:.....	37
5.2.	Boletín Informativo:.....	37
5.3.	Base de datos:.....	37
5.4.	Plantillas institucionales:.....	38
5.5.	Radionovela:	38
5.6.	Trifoliar:	38
5.7.	Spots publicitarios:.....	39
5.8.	Programación y Calendarización	40
6.	Conclusiones:	41
7.	Recomendaciones:.....	43
a.	Organigrama de la institución:	44
b.	Árbol del problema:	45
c.	Gráficas estadísticas:	46
d.	Fotografías:	51
e.	Cronograma de actividades de acuerdo a la estrategia:.....	53
f.	Ejemplos de materiales ejecutados en el proyecto:	54
	Bibliografía.....	62

1. Introducción:

ONU Mujeres, es una entidad de las Naciones Unidas que trabaja en pro de la igualdad de género y el empoderamiento económico de la mujer, actualmente se encuentra en una fase de transición de el Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer -UNIFEM- a ONU Mujeres y surge, por la fusión de cuatro entidades de la ONU: la División para el Adelanto de la Mujer, el Instituto Internacional de Investigaciones y Capacitación para el Adelanto de la Mujer, la Oficina de la Asesora Especial en Cuestiones de Género y Adelanto de la Mujer y UNIFEM, el Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer.

Esto motiva a posicionar la imagen de la nueva oficina de proyectos ONU Mujeres por medio de estrategias de comunicación organizacional, que dan como resultado productos que permiten dar a conocer esta oficina. Esta labor es parte del Ejercicio Profesional Supervisado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, y que con la realización de este diagnóstico se aporta desarrollo para la mujer en Guatemala, por medio del posicionamiento de la imagen de ONU Mujeres.

Durante el proceso de diagnóstico, se llevó a cabo el método de observación, documentación, entrevistas a profundidad y encuestas como técnicas de recolección que sirvieron como sustento de la información. En el presente documento se encontrará información para conocer la institución y se conocerá la estrategia de comunicación para dar a conocer ONU Mujeres.

La estrategia está enfocada a instituciones que trabajan con mujeres, porque son los entes que tienen el acercamiento con ellas en los diferentes sectores, mientras que ONU mujeres, vela porque se cumplan los derechos de las mujeres en el marco de la sociedad, integrándolas a la actividad económica y generando un ambiente de igualdad de género.

La igualdad de género implica que todos los hombres y mujeres tengan las mismas condiciones y oportunidades para ejercer plenamente sus derechos humanos sin importar su sexo, ni identidad de género. (Grupo Interagencial de Genero, Naciones Unidas, 2010)

2. Justificación:

La Oficina de Proyectos en Guatemala, ONU Mujeres, Entidad de la Organización de Naciones Unidas -ONU- para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de la Mujer, se encuentra en una transición de UNIFEM a ONU Mujeres. Debido a este cambio la oficina no es ampliamente conocida.

En la actualidad las personas aun reconocen a la oficina como UNIFEM y no como ONU Mujeres, esto hace necesaria la estrategia de comunicación organizacional, para posicionar y promover la imagen y trabajo de la oficina, con material alternativo dirigido a las instituciones y organizaciones que trabajan en pro de las mujeres en Guatemala.

Es importante resaltar que ONU Mujeres, actualmente trabaja una estrategia de país, en la que se tiene contemplado, el posicionamiento de la oficina y el realizar material alternativo que permitirá dar a conocer el trabajo, la labor e imagen de la oficina.

Es de suma importancia lograr el posicionamiento de la entidad en distintos sectores, es por esto que se impulsará una estrategia que promueva la difusión y sensibilización en los diferentes actores que trabajan el tema de los derechos de las mujeres y con mujeres.

La estrategia de posicionamiento de la oficina ONU Mujeres, por medio del fortalecimiento de su nueva imagen, busca fomentar en las mentes del público objetivo, el reconocimiento de la imagen de la oficina y su trabajo en beneficio del cumplimiento de los derechos de las mujeres; y es allí donde radica la justificación del presente documento, que se sustenta en la elaboración del Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

3. Diagnóstico:

El diagnóstico se realizó en la Organización de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de la Mujer, ONU Mujeres, que trabaja en el empoderamiento económico y la igualdad de género. La experiencia vivida en esta organización, da lugar a conocer el problema de comunicación que actualmente afecta a la entidad.

3.1. Institución:

ONU Mujeres, Entidad de la Organización de Naciones Unidas -ONU- para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de la Mujer.

ONU Mujeres promueve el empoderamiento y los derechos de las mujeres y la igualdad de género a nivel global y al interior de los países por medio de una red de oficinas subregionales, de país y de enlace. Atendiendo las Necesidades de las Mujeres del Mundo.

3.1.1. Ubicación Geográfica:

La Oficina de ONU Mujer de Proyectos en Guatemala, está ubicada en la 5a. Avenida 5-55 Zona 14, Europlaza, Torre Edificio IV, Nivel 12. Ciudad de Guatemala.

ONU Mujeres tiene su sede en la ciudad de Nueva York y promueve el empoderamiento y los derechos de las mujeres, la igualdad de género a nivel global y al interior de los países por medio de una red de oficinas subregionales de país y de enlace: África, Las Américas y el Caribe, Estados Árabes, Asia y el Pacífico, Europa y la CEI, Oficinas de Enlace de ONU Mujeres y Centro de Investigación y Capacitación en la República Dominicana. (Braun, 2011)

3.1.2. Integración y Alianzas Estratégicas:

El mandato de ONU Mujeres para promover la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres, es implementado en estrecha colaboración con diversos actores estratégicos: (Braun, 2011)

- El apoyo a los gobiernos locales y nacionales es clave para institucionalizar los derechos de las mujeres y la igualdad de género y para asegurar la sostenibilidad a través de políticas y asignación de recursos.

- Las alianzas con los movimientos de mujeres, diferentes redes de feministas a nivel local, nacional y regional, organizaciones de mujeres indígenas y con otros grupos de la sociedad civil, incluyendo economistas, redes de derechos humanos y VIH/Sida.
- La colaboración con la academia en el trabajo analítico, de monitoreo y de evaluación de las políticas y programas para la igualdad de género, así como para visibilizar las contribuciones de las mujeres al desarrollo.
- ONU Mujeres promueve una colaboración más estratégica con los medios de comunicación masiva para la difusión y educación pública sobre la agenda de la igualdad de género y de los derechos de las mujeres.
- ONU Mujeres promueve una mayor colaboración con las agencias del Sistema de las Naciones Unidas, para proveer una asistencia efectiva a los países. Colabora en el avance de los derechos de las mujeres y en la armonización de esfuerzos para evitar duplicaciones.

ONU Mujeres en Guatemala trabaja actualmente alianzas con:

- La Secretaría Presidencial de la Mujer -SEPREM-, ente rector de las políticas públicas a favor de las mujeres.
- La Defensoría de la Mujer Indígena -DEMI-, como defensora de los derechos de las mujeres indígenas y promotora de las políticas y acciones públicas para su desarrollo integral.
- Viceministerio de MIPYMES/Ministerio de Economía.
- Redes locales y nacionales de mujeres emprendedoras,
- Agencias de Desarrollo Económico Local de Huehuetenango, Chiquimula, e Ixcán.
- Academias: Universidad Rafael Landívar; Universidad San Carlos de Guatemala.
- Comisiones de la Mujer de los Consejos de Desarrollo Departamentales.

3.1.3. Origen e Historia:

En el 2010 la oficina cambia de UNIFEM a ONU Mujeres.

UNIFEM, fue creada en 1976 por resolución de la Asamblea General de las Naciones Unidas, en respuesta a un llamamiento de las organizaciones de mujeres que asistieron a la Primera Conferencia Mundial de las Naciones Unidas Sobre la Mujer, celebrada en la ciudad de México en 1975. (UNIFEM, 2010)

ONU Mujeres, es la entidad global para el avance de mujeres y niñas en todo el mundo. Su creación en 2010, celebrada en todo el mundo, brinda una oportunidad histórica para impulsar el progreso de las mujeres y la sociedad. (Alipaz, 2011)

En julio de 2010, la Asamblea General de las Naciones Unidas, creó ONU Mujeres, la Entidad de la ONU para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de la Mujer. (Braun, 2011). Al hacerlo, los Estados Miembros de la ONU, dieron un paso histórico en la aceleración de los objetivos de la Organización en materia de igualdad de género y de empoderamiento de la mujer.

ONU Mujeres, oficialmente inició su labor el 1 de enero de 2011. Conocida formalmente como la Entidad de la -ONU- para la Igualdad entre los Géneros y el Empoderamiento de la Mujer, ONU Mujeres, surgió de un acuerdo entre los Estados Miembros de la -ONU- con un fuerte respaldo del movimiento global de mujeres según el cual se debe hacer más para que las mujeres puedan exigir igualdad de derechos y oportunidades. (Braun, 2011)

La creación de ONU Mujeres, formó parte de la reforma de la ONU, al reunir los recursos y mandatos para obtener un mayor impacto. Fusiona y seguirá el importante trabajo de cuatro componentes del sistema de la ONU, con el fin de centrarse exclusivamente en la igualdad y el empoderamiento de las mujeres: (Braun, 2011)

- División para el Adelanto de la Mujer (DAW)
- Instituto Internacional de Investigaciones y Capacitación para la Promoción de la Mujer (INSTRAW)
- Oficina del Asesor Especial en cuestiones de género (OSAGI)
- Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer (UNIFEM)

Durante varias décadas la ONU ha hecho progresos importantes en el adelanto de la igualdad de género, incluyendo los acuerdos históricos como la Declaración y Plataforma para la Acción de Beijing, y la Convención para la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW).

Durante varios años, la ONU se ha enfrentado a serias dificultades en sus esfuerzos por promover la igualdad de género en el mundo, incluyendo una financiación inadecuada y ningún motor reconocido que dirija las actividades de la ONU en materia de igualdad de género.

ONU Mujeres ha sido creada para atender esas dificultades. Será un defensor dinámico y fuerte de las mujeres y de las niñas, otorgándoles una voz poderosa en los ámbitos mundial, regional y local.

En base a la visión de igualdad de la Carta de las Naciones Unidas, ONU Mujeres se consagrará, entre otras cosas, a trabajar en pro de:

- La eliminación de la discriminación en contra de las mujeres y las niñas.
- El empoderamiento de la mujer.

- El logro de la igualdad entre las mujeres y los hombres, como socios y beneficiarios del desarrollo, los derechos humanos, las acciones humanitarias y la paz y la seguridad.

ONU Mujeres coordina y promueve la labor del sistema de la ONU en materia de fomento de la igualdad de género. Michelle Bachelet, ex presidenta de Chile, es la Directora Ejecutiva de ONU Mujeres con rango de Secretaria General Adjunta de las Naciones Unidas. Asume el cargo tras haber finalizado su mandato en Chile y tras una amplia trayectoria de liderazgo en la defensa de la justicia social y los derechos de las mujeres. (Braun, 2011)

3.1.4. Departamentos o Dependencias de la Institución:

(ONU Mujeres, 2010)

- **Coordinación:**

Rita Cassisi

Coordinadora Oficina de Proyectos

FUNCIONES: Coordinar la oficina, el programa de empoderamiento económico, los centros de servicios para el emprendimiento de las mujeres en los departamentos, proyectos de medio ambiente y seguridad alimentaria.

- **Coordinación de Programas:**

- Ana Grace Cabrera

Coordinadora del Programa Conjunto Fortaleciendo la Institucionalidad de las Mujeres en Guatemala

FUNCIONES: Coordinación del programa con las mujeres y socias del programa.

- María Teresa Zapeta Mendoza

Coordinadora Sub-Regional Programa Mujeres Indígenas

FUNCIONES: Implementar el programa de mujeres indígenas, dar acompañamiento y asistencia técnica a las organizaciones socias del programa. Coordinar acciones para Guatemala, Honduras y Panamá en relación a los derechos de las Mujeres indígenas individuales y colectivos. Dar seguimiento a los procesos administrativos. Establecer coordinaciones y alianzas con organizaciones.

- Anabella Cerezo

Coordinadora Programa Ciudades Seguras

FUNCIONES: Coordinar acciones en relación al programa en conjunto con organizaciones socias del programa.

- Irma Otzoy
Coordinadora Programa Pobreza, Género y Etnia
FUNCIONES: Coordinar e implementar el programa de Pobreza, Género y Etnia, dar acompañamiento y asistencia técnica a las organizaciones socias del programa.

- **Comunicación:**
Odeth Alvarado Arauz
Comunicadora Oficina de Proyectos
FUNCIONES: Coordinar toda la comunicación a nivel nacional como internacional en relación a las otras agencias de ONU Mujeres y relación directa con los distintos actores que se trabajan.

- **Operaciones:**
 - Karol Ponciano
Asistente Administrativa de programas
FUNCIONES: Administración de la oficina, recursos humanos y la parte financiera de los proyectos.

 - Isabel Cipriano Soliz
Asistente Programa Sub-Regional Mujeres Indígenas
FUNCIONES: Apoyo en actividades administrativa, financiera y logística.

 - Victoria Marroquín
Asistente de Coordinación y Logística
FUNCIONES: Apoyo en actividades de logística y contrataciones de consultorías.

 - Sandra de León
Asistente Administrativa Programa Ciudades Seguras, Capítulo Guatemala
FUNCIONES: Apoyo en actividades administrativa, financiera y logística.

- **UNV:**
Pía Marttila
Especialista en Desarrollo Sostenible
FUNCIONES: Asiste en el área de empoderamiento económico, coordinación de eventos, coordinación de comunicación con los centro de servicios para el emprendimiento de las mujeres en los departamentos, coordinación de proyectos de medio ambiente y seguridad alimentaria.

3.1.5. Misión:

- Dar apoyo a las entidades intergubernamentales como la Comisión de la Condición Jurídica y Social de la Mujer en su formulación de políticas y estándares y normas mundiales,
- Dar asistencia a los Estados Miembros para implementar esos estándares, dando cuando sea necesario, el apoyo técnico y financiero adecuado para ayudar a los países que lo soliciten, así como para establecer alianzas eficaces con la sociedad civil.
- Hacer que el sistema de la ONU, rinda cuentas de sus compromisos en materia de igualdad de género, incluyendo el monitoreo continuo de los progresos dentro del sistema. (Braun, 2011)

3.1.6. Visión:

- Lograr la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres.

3.1.7. Objetivos Institucionales:

- **Objetivo General:** está basado en el tercer Objetivo del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo -PNUD- el cual es: “Promover la igualdad de género y la autonomía de la mujer”. (Braun, 2011)

Este objetivo central está basado en los siguientes objetivos específicos:

- Autonomía económica, por medio de empoderamientos de la mujer
- Expansión de liderazgo
- Participación de mujeres
- Eliminación de la violencia contra las mujeres
- Fortalecimiento de la agenda de paz y de seguridad de las mujeres.

3.1.8. Público Objetivo:

- Instituciones que trabaja el tema de derechos de las mujeres.
- Sociedad civil
- Cuerpo diplomático
- Organizaciones de mujeres

- Academias
- Entidades estatales

3.2. El Problema Comunicacional:

Debido a que es una nueva oficina de las Naciones Unidas que trabaja en pro de la mujer, existe bajo conocimiento de la existencia de la oficina y sus actividades en las áreas de trabajo. Actualmente está en la transición que sufrió en enero de 2011, de ser UNIFEN a ONU Mujeres. Esto da lugar a promover y posicionar la imagen de la nueva oficina.

Por el escaso conocimiento que existe entre las organizaciones sobre la nueva oficina de proyectos de ONU Mujeres, es necesario posicionar la entidad por medio de la comunicación, dirigida a estas organizaciones que han trabajado en conjunto para lograr el bienestar de la mujer.

3.3. Técnicas de Recolección:

Para la obtención de información que da lugar a este diagnóstico, se realizaron las siguientes técnicas de recolección de información de forma cuantitativa y cualitativa:

La observación se realizó en la oficina de ONU Mujeres y en actividades con instituciones socias que trabajan con la oficina. Esto dio lugar a constatar que la imagen de ONU Mujeres, no es de conocimiento público porque es una nueva oficina que ha cambiado su imagen.

Otra técnica de recolección fueron las entrevistas a profundidad realizadas a personas involucradas en el trabajo con mujeres como la coordinadora de proyectos María Teresa Zapeta Mendoza, Coordinadora Sub-Regional Programa Mujeres Indígenas y Sonia Escobedo, secretaria de la Secretaría Presidencial de la Mujer -SEPREM-, quienes dan a conocer información clave para identificar la problemática y las necesidades de comunicación y de cómo enfocar el presente trabajo.

La documentación se obtuvo de información documental que rigen la labor de la oficina de ONU Mujeres, estos sirvieron como guía para la elaboración del diagnóstico y la alimentación del trabajo de comunicación que se enfocará a la mujer.

Las encuestas se realizaron con el fin de obtener información acerca del conocimiento de la oficina, las cuales fueron realizadas a instituciones que trabajan con mujeres.

3.3.1. Observación:

ONU Mujeres es una entidad que enfoca su trabajo en áreas fundamentales para la igualdad de las mujeres y a la vez impulsar el progreso de las mismas. A través de la lucha contra la violencia de las mujeres, velar por la paz y seguridad, propiciar el liderazgo y participación y generando el empoderamiento económico.

En la actualidad se está viviendo la transición de UNIFEM, el Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas, para la Mujer a ONU Mujeres, por lo que no cuentan con material diverso para posicionar la nueva imagen de la oficina.

ONU Mujeres desarrolla su trabajo en cinco áreas temáticas las cuales son: Programa Institucionalidad de las Mujeres en Guatemala, Programa Mujeres Indígenas, Programa Ciudades Seguras, Programa Pobreza, Género y Etnia y Planificación y Presupuestos Nacionales

El área de comunicación actualmente trabaja en una estrategia de país, para posicionar la nueva oficina de proyectos ONU Mujeres en distintos sectores, con la que se pretende realizar actividades en conjunto con las cinco áreas.

ONU Mujeres se enfoca en áreas prioritarias que son fundamentales para la igualdad de las mujeres y que pueden impulsar el progreso de las mismas de forma generalizada. La oficina brinda acompañamiento técnico a instituciones sociales, velando así por el cumplimiento de los derechos de las mujeres y niñas en Guatemala.

ONU Mujeres cuenta con portales o sitios web ONU Guatemala, ONU Mujeres Sede, redes sociales: Facebook, Twitter; agencias de noticias (CERIGUA).

3.3.2. Documentación:

Los documentos consultados para conocer todo lo referente a la Oficina de Proyectos en Guatemala ONU Mujeres, fueron: Trifoliales, páginas web, documentos en PDF, libros, folletos, convenios y leyes; los cuales reforzaron la información de la oficina y de la igualdad de género y empoderamiento de las mujeres en Guatemala.

Entre los documentos rectores y acuerdos internacionales que rigen la labor de ONU Mujeres están:

- **Convención sobre la Eliminación de todas las formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW):** La “carta de derechos de las mujeres” es la piedra angular de

todos los programas de ONU Mujeres. Más de 185 países son partes de la Convención. (Waldorf, 2009)

- **Declaración y Plataforma de Acción de Beijing (PAB):** Adoptado por los gobiernos en la Cuarta Conferencia Mundial de la Mujer de 1995, el documento establece los compromisos de los gobiernos para aumentar los derechos de las mujeres. Los Estados Miembros reafirmaron y reforzaron la plataforma en el año 2000 durante la revisión de progreso a cinco años de la Conferencia de Beijing y prometieron acelerar la aplicación de esos instrumentos durante la revisión de los diez años en 2005 y la revisión de los 15 años en 2010. (Waldorf, 2009)
- **Resolución 1325 del Consejo de Seguridad de la ONU sobre Mujeres, Paz y Seguridad:** (2000) reconoció que la guerra afecta a las mujeres de manera diferente y reafirmó la necesidad de potenciar el rol de las mujeres en la adopción de las decisiones referidas a la prevención y la resolución de los conflictos. Posteriormente, el Consejo de Seguridad de la ONU adoptó cuatro resoluciones adicionales sobre mujeres, paz y seguridad: 1820 (2008), 1888 (2009), 1889 (2009) y 1960 (2010). En conjunto, las cinco resoluciones representan un marco crítico para mejorar la situación de las mujeres en los países afectados por conflictos armados.
- **Declaración del Milenio y los Objetivos de Desarrollo del Milenio:** fueron adoptados por todos los Estados Miembros de la ONU y enuncian una serie de objetivos y metas mensurables con un plazo de tiempo fijado para 2015 para promover la igualdad de género y luchar contra la pobreza, el hambre, la enfermedad, el analfabetismo y el deterioro del medio ambiente. (Waldorf, 2009)
- **Sexo:** Se refiere a las diferencias biológicas de las personas asociadas con sus características reproductivas y sexuales.
- **Género:** Los atributos sociales y oportunidades asociadas con pertenecer al sexo masculino o femenino y las relaciones entre mujeres, hombres, niñas y niños, tanto como las relaciones entre hombres y mujeres. Tales atributos, oportunidades y relaciones son construidos socialmente y aprendidos a través de procesos de socialización. Son específicos según el contexto y tiempo y son imposibles de cambiar. (Consejo Economico y Social de las Naciones Unidas ECOSOC, 1997)
- **¿Qué es la violencia de Género?** La violencia de género se define como cualquier violencia ejercida contra una persona en función de su identidad o condición de género, sea hombre o mujer, tanto en el ámbito público como en el privado. Las mujeres suelen ser las víctimas principalmente de tal violencia, debido a la situación de desigualdad y discriminación en la que viven. Se debe entender a la violencia

como la negación extrema de los derechos humanos de las mujeres, la cual refleja y refuerza los desequilibrios de poder entre mujeres y hombres. La violencia contra las mujeres es definida por la Declaración sobre la Eliminación de la Violencia contra la Mujer de las Naciones Unidas como “todo acto de violencia basado en el género que tiene como resultado posible o real un daño físico, sexual, o psicológico, incluidas las amenazas, la coerción o la privación arbitraria de la libertad, ya sea que ocurra en la vida pública o en la privada” (Grupo Interagencial de Género, Naciones Unidas, 2010)

Con el fin de conocer más a fondo la temática que trabaja ONU Mujeres a continuación se explican las áreas de trabajo, información obtenida de la página web de ONU Mujeres: (Braun, 2011)

- **Violencia contra las Mujeres:** Las mujeres necesitan leyes firmes, respaldadas con implementación y servicios de protección y prevención.
- **Paz y Seguridad:** Es necesario detener las amenazas específicas que enfrentan las mujeres, quienes a su vez deben ocupar un lugar central en las conversaciones de paz y la reconstrucción posconflicto.
- **Liderazgo y Participación:** Las mujeres tienen muy poca participación en las decisiones que las afectan en su entorno. La adquisición de nuevas destrezas ayuda a las mujeres a desplegar todo su potencial de liderazgo.
- **Empoderamiento Económico:** En comparación con los varones, las mujeres están muy rezagadas en el acceso a la tierra, el crédito y el empleo decente, pese a que cada vez son más los estudios que muestran que el aumento de las opciones económicas para las mujeres significa un impulso para las economías nacionales. El enfoque de las nuevas políticas macroeconómicas, coadyuvan a establecer vínculos con la igualdad de género.
- **Planificación y Presupuestos Nacionales:** La planificación pública es el punto de partida para los diversos servicios y políticas públicas que los ciudadanos y ciudadanas esperan de su gobierno; sin embargo, ésta generalmente omite las necesidades y prioridades específicas de las mujeres. La igualdad de género debe ser un objetivo claramente establecido en todos los planes y estar respaldada por medidas específicas de implementación y los fondos suficientes. (Braun, 2011)
- **Directrices de marca y los estándares de identidad de ONU Mujeres:**
 - *El posicionamiento del logo de ONU Mujeres:* El logotipo de ONU Mujeres tendrá mayor visibilidad rodeado de suficiente espacio en blanco. El espacio en blanco mide el ancho de la mitad de la luz azul, este espacio permite tener mayor impacto.

- *Los colores oficiales del Logo de ONU Mujeres:* el logotipo debe ser reproducido en color azul cuando sea posible, para impresoras de escritorio en blanco y negro, o para otras aplicaciones. El logotipo puede ser reproducido únicamente en azul, negro o blanco.

El logo de dos colores azul es el oficial, se debe utilizar siempre que sea posible y sobre un fondo blanco. Para el logotipo negro y blanco en impresiones de escritorio.

- *Fuente oficial de ONU Mujeres:* Calibri es la fuente oficial para todos los materiales impresos de producción de la oficina como publicaciones, folletos, correspondencia, entre otros. Se puede utilizar de las siguientes formas Calibri Regular, *Calibri Italic*, **Calibri Bold** y *Calibri Bold Itali*. (UN Women, 2011)

3.3.3. Entrevistas a Profundidad:

Las entrevistas se realizaron a personas que tienen incidencia en trabajar en pro de las mujeres.

La primera entrevista se realizó con María Teresa Zapeta Mendoza, Coordinadora Sub-Regional Programa Mujeres Indígenas, quien indicó que uno de los cambios positivos de la transición que sufrió de UNIFEM a ONU Mujeres, es el fortalecimiento como equipo de país para la coordinación de los proyectos y la claridad de las áreas que trabajan debido a que los programas están más vinculados a las áreas.

La señora Zapeta, puntualizó que la importancia de posicionar ONU Mujeres, es que haya un reconocimiento con las organizaciones socias, instituciones y a nivel de las Naciones Unidas y que esto permitirá mayor incidencia en el apoyo con los procesos de las mujeres. También expresó: “La promoción de los Derechos de la Mujer son la base del trabajo que realiza ONU Mujeres”. También enfatizó sobre la necesidad de crear material institucional de la oficina en Guatemala, debido a la falta de este material para dar a conocer a ONU Mujeres.

Al preguntarle ¿Cuál es la importancia de dar a conocer los derechos de las mujeres? Zapeta indicó: “Es la base del trabajo que hacemos y con esto vamos promoviendo el empoderamiento de las mujeres, estaríamos encaminándonos a la misión de ONU Mujeres de buscar la igualdad, las condiciones tanto para hombres, mujeres y pueblos indígenas, y otro aspecto importante es que al momento de dar a conocer los derechos de las mujeres, ellas van teniendo mayor información para tener participación y liderazgo en el ámbito que les corresponde”.

Zapeta agregó que las principales necesidades de comunicación son: “La primera una estrategia de comunicación en la oficina; la segunda dar a conocer los esfuerzos los logros que vamos teniendo los programas los que van teniendo las socias, que pudiéramos tener un medio más interactivo para dar a conocer estos resultados y darnos a conocer como ONU Mujeres; la tercera las relaciones públicas debido a que se hace muy poco no como una línea clara de trabajo ni como una estrategia y la cuarta establecer alianzas claras con los medios de comunicación”.

La segunda entrevista se realizó con Sonia Escobedo, secretaria de la Secretaría Presidencial de la Mujer -SEPREM-, quien declaró: “La nueva agencia ONU Mujeres en primer lugar debe tener una posición de apertura como una agencia de Naciones Unidas” esto debido a que es “una agencia que surge por la demanda y la propuesta del movimiento de mujeres y feministas del mundo, quienes declaran que Naciones Unidas puede responder por la transversalización de los derechos de las mujeres en todo su accionar”.

Asimismo, asegura que: “Un criterio que debe tener ONU Mujeres para intervenir en programas nacionales es articular con el mecanismo Nacional para el Adelanto de las Mujeres y tener una visión de amplitud y neutralidad, es decir, una política para poder llegar a todos los sectores de mujeres aun sabiendo la diversidad de posiciones, la diversidad de pensamientos y tratar de acoplarse de una manera neutral” por lo que es importante plantear programas con prioridades del país. Y agregó: “El discurso político de la Señora Bachelete, la máxima autoridad de ONU Mujeres ese mismo discurso debe tener dada uno de los países”.

La tercera entrevista se realizó con Odeth Alvarado, Comunicadora de la Oficina de Proyectos ONU Mujeres en Guatemala, quien declaró: “La creación de ONU Mujeres no es solo crear una entidad nueva, sino es realmente a lo interno del sistema, hacer ver la importancia de que la inversión de las mujeres, el tema de empoderamiento económico, de igualdad de género y de etnia es fundamental y vital para todos los países”.

Al preguntarle ¿qué cambios positivos y negativos tuvo el cambio de UNIFEM a ONU Mujeres? Respondió: “Es un cambio positivo porque viene a marcar el primer cambio concreto y sustantivo del Naciones Unidas en cuanto a posicionar el tema de derechos de las mujeres” y enfatizó que por el momento de transición que viven actualmente un punto negativo podría ser la expectativa de la gente “hay muchas personas que esperan mucho de la oficina en el caso propio de Guatemala y aun no hay recursos asignados como se quisiera y ni capacidades instaladas para la demanda y podría provocar un poco de rechazo porque aun vivimos en una cultura machista y eso es lo que ONU Mujeres quiere cambiar que el asunto de género es una responsabilidad de todas y todos”.

Al preguntar ¿Qué importancia tiene posicionar a ONU Mujeres en relación a UNIFEM? También enfatizó: “Es sumamente importante en este primer año posicionar a ONU

Mujeres, es un desafío” asimismo, agregó: “Para nosotros es muy importante darle cara humana a ONU Mujeres, posicionar a la entidad como la nueva entidad de las Naciones Unidas, que viene con una propuesta distinta y que quiere demostrar que está cerca de todas las mujeres en la realidad de cada uno de los países”. Indicó que debido a que UNIFEM no tenía un posicionamiento grande como un referente en el tema de derechos de la mujer, ya tenía un camino recorrido y que actualmente la gente aun los reconoce como UNUFEM y no como ONU Mujeres, es por esto la importancia del posicionar la imagen de la oficina.

A la pregunta ¿Cuál es la importancia de dar a conocer los derechos de las mujeres? Alvarado respondió: “Es vital que todas las sociedades conozcan los derechos de las mujeres y que las mujeres también estén apropiadas de esos derechos, que sepan que tienen derecho a vivir una vida libre de violencia, para que puedan participar y puedan demandar, pero no son solo las mujeres, también necesitamos que el resto de la sociedad este apropiado y conozcan estos derechos para darle lugar a las mujeres y ayudar a eliminar esas culturas machistas y la sociedad de violencia en la que vivimos en la actualidad en Guatemala”.

Alvarado también indicó que ONU Mujeres a través de una estructura de alianzas externas e internas del Sistema de Naciones Unidas, realizan un trabajo de acompañamientos en los procesos de fortalecimiento institucional de las entidades estatales como la Defensoría de la Mujer Indígena -DEMI-, la Secretaría de la Comisión de la Mujer -SEPREM- que son los dos más altos del estado que velan por los derechos de las mujeres, de igual forma alianzas con otras organizaciones como el Ministerio de Economía, Instituto Nacional de Estadística -INE-, entre otros. Pero no tienen un acercamiento directo con alguna mujer violentada la refieren a alguna de estas instituciones o dan seguimiento a los caso y solo en algunos casos se pueden manifestar como Sistema de Naciones Unidas. “ONU Mujeres canaliza fondos de varios gobiernos y donantes del extranjero que depositan la confianza en -ONU- para brindar acompañamiento con contrapartes socias como ONG, academias sociedad civil y Estado”.

Y por último se le preguntó ¿Cuáles son las principales necesidades de comunicación? Alvarado indicó: “Primero contar con un equipo de comunicación porque es únicamente en una persona en donde se centraliza la coordinación de la oficina y de todos los programas, es complicado porque no se cuenta con un presupuesto que también es importante tener el equipo por lo menos básico y también tener”. Agregó: “En el caso de ONU Mujeres que está empezando y se quiere posicionar la necesidad de comunicación es grande”.

La señora Zapeta y la Señora Alvarado coinciden en que es necesario posicionar la Oficina de ONU Mujeres en Guatemala y la necesidad de crear material institucional para dar a conocer sus programas y trabajo en beneficio de las mujeres y niñas guatemaltecas.

3.3.4. Grupos Focales:

El grupo focal se realizó con personas de cuatro instituciones: Carmen Leticia Castilla Miranda, Asistente Técnica de la Comisión para la Transparencia y el Combate a la Corrupción de Vicepresidencia de la República; Ingrid Melissa Vega Figueroa, reportera-redactora de CERIGUA; Olga López Aláez, Oficial de Comunicación de ONUSIDA; y Verónica Polanco Esteban, Consultora Independiente. Ellas dieron su punto de vista sobre el trabajo e imagen de la oficina de ONU Mujeres en Guatemala.

Al preguntarles ¿conoce usted a ONU Mujeres y desde cuando la conoce? Vega respondió: “Desde el 1 de enero, previamente conocía detalladamente el trabajo de UNIFEM desde el 2004” y López enfatizó: “ONU Mujeres desde su constitución, pero como UNIFEM desde hace más de 10 años, cuando comencé a trabajar en temas de cooperación”. Esto evidencia que si existe en la mente de las personas el precedente de UNIFEM como pionero de ONU Mujeres.

A la pregunta ¿Sabe cuál es el trabajo que brinda ONU mujeres a las instituciones y público en general? Castilla y Vega coincidieron en que busca la defensa de los derechos de mujeres y niñas y la igualdad de género, y que el trabajo con las instituciones es de apoyo técnico y financiero en proyectos que benefician a las mujeres.

En la pregunta ¿qué importancia tiene para usted y su institución el trabajo que realiza ONU Mujeres? Castilla dijo: “Para mí el empoderamiento de las mujeres y la promoción de sus derechos es fundamental, sobre todo en nuestra sociedad donde la discriminación es latente”. Vega respondió: “Principalmente facilita ayuda técnica y financiera a las organizaciones de mujeres, brinda acompañamiento a los movimientos de mujeres y a las instituciones del estado, para consolidar el tema de género en la agenda política, pública y mediática, desarrolla proyectos que favorezcan la vigencia de los derechos humanos de las mujeres y contribuye con la consolidación de la paz en Guatemala”. Pérez señaló: “Una gran importancia, aunque de manera oficial ONU Mujeres no es uno de los copatrocinadores que forman parte de ONUSIDA, su papel es muy activo y clave en la respuesta al VIH en el país, desde un enfoque de género”. Y Polanco dijo, “velar por el respeto del cumplimiento a los derechos de las mujeres, su igualdad y el impulso del progreso de las mujeres y la sociedad”. Podemos constatar que si conocen el trabajo que realiza la oficina en pro de la mujeres.

Al preguntar ¿qué programas conoce usted que trabaje ONU Mujeres actualmente? Castilla únicamente mencionó un programa: “Erradicación de violencia contra las mujeres”. Vega mencionó dos: “Ciudades Seguras y el Programa Conjunto Fortaleciendo la Institucionalidad de las Mujeres” y López dijo: “Más que programas, conozco las líneas en las que se centran: trata y explotación, participación política, prevención de VIH,

empoderamiento a organizaciones de base, informe mundial, derechos humanos”. Aquí se evidenció que conocen el trabajo pero no cada uno de los 5 programas que trabaja ONU Mujeres.

Al preguntarles ¿Por qué considera que es importante la promoción de ONU Mujeres para mejorar su imagen? Castilla enfatizó: “Porque no tiene que convencer a las convencidas, tiene que ir mucho más lejos y llegar realmente por medio de sus programas y proyectos a las mujeres que necesitan el fortalecimiento, la dignificación y empoderamiento de sus derechos, quizá, más que mejorar su imagen es fortalecerla”. La mayoría coincidió que se debe fortalecer la imagen de la oficina.

Y por último se les preguntó ¿Por qué considera que es importante la promoción de los derechos de la mujer por medio de una institución internacional como ONU Mujeres? si, porque desde ahí, los estados miembros no solo deben comprometerse, sino también cumplir los compromisos asumidos”. Vega dijo: “Por supuesto, porque es el órgano internacional encargado de los asuntos de los estados en el mundo y debe tener una agencia que vele porque las cuestiones de género sean tomadas en cuenta en todos los niveles”. Y Polanco añadió: “Es importante debido al respaldo institucional que se puede lograr a través de un organismo internacional como ONU Mujeres que tiene a bien brindar el apoyo y acompañamiento a la defensa y cumplimiento de los derechos de las mujeres”.

Se evidenció la importancia de visibilizar la imagen de ONU Mujeres, para dar a conocer la labor y los programas que realiza en pro de las mujeres y niñas guatemaltecas.

3.3.5. Encuestas:

Muestra: dirigentes y coordinadores de las instituciones que trabajan con mujeres, fueron elegidas porque con ellas se pretende tener nuevas alianzas para beneficios de las mujeres de nuestra nación.

Se realizó un cuestionario estructurado con 11 preguntas con respuestas cerradas, con un margen de error de +/- 5%, el universo total se basó en 45 organizaciones aprobadas por la oficina ONU Mujeres. Estas organizaciones están ubicadas en la ciudad de Guatemala y en su mayoría se entrevistaron mujeres, directoras de estos centros en beneficio de la mujer, quienes forman parte de instituciones que trabajan el tema de derechos de las mujeres, sociedad civil, cuerpo diplomático, organizaciones de mujeres, academias y entidades estatales.

- **Resultados de las encuestas:**

Los resultados de la encuestas arrojan evidentemente que conocen la existencia de la Oficina ONU Mujeres, entidad de las Naciones Unidas y que labora en pro de las mujeres.

Al preguntar ¿conoce usted a ONU Mujeres? el total de personas encuestadas respondió que sí conocen a ONU Mujeres, debido a que tienen relación con la oficina. Sin embargo, cuando se les preguntó ¿conoce el trabajo de ONU Mujeres? Se evidencio el poco conocimiento de sus programas y actividades, esto nos indica que el bajo conocimiento es un obstáculo para alcanzar nuevas alianzas que permitan mejorar la labor de la oficina.

Las personas encuestadas tienen relación o han trabajado con ONU Mujeres, por lo que aseguran conocer los programas de ONU Mujeres, pero cuando se les pregunto ¿qué programas conocían? Se evidenció que en su mayoría no conocen los programas que trabaja ONU Mujeres un ejemplo de esto es que solo el 2% conoce el programa de planificación y presupuestos nacionales, un 7% el de Paz y Seguridad, debido a que son programas fundamentales para dar soporte a la labor de ONU Mujeres es necesario dar a conocer los programas y el trabajo de la oficina.

Al preguntar ¿Cómo califica la imagen de ONU Mujeres? Solo el 44% indicó que es muy buena y el 42% que es buena por lo que es bastante aceptable, pero se debe trabajar para que la aceptación sea total.

También se evidenció la falta de publicidad y promoción de la oficina, al preguntar ¿ha escuchado publicidad acerca de ONU Mujeres? El 38% respondió que no ha escuchado publicidad sobre ONU Mujeres, esto hace que desconozcan el trabajo de la oficina y el 62% de personas indican que sí han escuchado publicidad de ONU Mujeres pero es importante mencionar que ha sido por medio de material informativo generado por la Sede. Lo que hace necesario crear material alternativo como boletines, trifoliales para informar sobre la institución y los programas que trabaja la oficina en Guatemala.

Al preguntar ¿en dónde ha escuchado publicidad y promoción de la oficina? Ninguna persona encuestada informó haber escuchado publicidad de ONU Mujeres a través de medios de comunicación radiales, esto es una debilidad tomando en cuenta la penetración y alcance que tiene este medio de comunicación en Guatemala. El resultado de las encuestas da la pauta a proponer una estrategia que contemple realizar la radionovela y spots radiales.

Al preguntar ¿considera que al haber mayor publicidad de ONU Mujeres sirva para mejorar su imagen? La mayoría de las personas encuestadas representadas con un 80% opinaron que sí servirá para mejorar su imagen y así posicionar la oficina.

Por último se realizó una pregunta de asociación es decir al preguntar ¿qué imagina al escuchar ONU Mujeres? El 36% de personas encuestadas informó que lo asocian en trabajo en beneficio de las mujeres, el 36% lo asocia con el cumplimiento de los derechos de las

mujeres y el 16% es asociado con la entidad de la Organización de Naciones Unidas -ONU-.

En este sentido la comunicación organizacional ayudará a reforzar la imagen de ONU Mujeres, debido a que actualmente más de la mitad de las personas encuestadas identifica la oficina por el nombre y no con el trabajo que realiza y los programas que desarrolla la oficina. Esto hace necesaria la comunicación para informar su verdadera labor.

3.4. FODA:

El término FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (en inglés SWOT: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). De entre estas cuatro variables, tanto fortalezas como debilidades son internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que en general resulta muy difícil poder modificarlas.

Fortalezas: son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, y por los que cuenta con una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.

Oportunidades: son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.

Debilidades: son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia. Recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.

Amenazas: son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización. (Glagosky, 2002)

- **Fortalezas:**

- Es una entidad de La Organización de las Naciones Unidas -ONU-.
- Es una institución internacional que trabaja en pro de la mujer en más de 80 países. con apoyo financiero internacional, esto se evidencio con el 100% de personas encuestadas en la presente estrategia de comunicación quienes indicaron conocer a ONU Mujeres; esto también lo respalda el 100% de encuestados que indicaron haber trabajado en conjunto con ONU Mujeres en pro de los derechos de las mujeres y su participación en la sociedad.

- Trabaja en 5 áreas prioritarias para el desarrollo de las mujeres: Empoderamientos de la mujer, Expansión de liderazgo, Participación de Mujeres, Eliminación de la Violencia Contra las Mujeres y Fortalecimiento de la Agenda de Paz y de Seguridad de las Mujeres.
 - La disposición de la Oficina ONU Mujeres, para la realización de proyectos de comunicación y el apoyo brindado a estudiantes de comunicación. Quienes son parte del recurso para la ejecución de la estrategia de país que actualmente se realiza en la oficina.
 - La estrategia de país que actualmente están trabajando.
- **Oportunidades:**
 - La estrategia de país que actualmente trabaja la oficina, la cual da lugar a las actividades en el presente diagnóstico.
 - El acompañamiento que afirman tener el 64% de personas encuestadas y el 36% de apoyo técnico que brinda ONU Mujeres a instituciones que trabajan y velan por los derechos de las mujeres, según encuesta realizada.
 - Elaboración de spots radiales y radionovela como material de apoyo que permitirán posicionar la imagen de ONU Mujeres y promover los Derechos de la Mujer.
 - La colaboración de TGW, para la realización de los spots y radionovela y espacios cedidos para la transmisión de dicho material.
 - La alianza de TGW y con FGER en donde será transmitida la radionovela.
- **Debilidades:**
 - El bajo presupuesto en el área de comunicación para realizar materiales institucionales.
 - No cuentan con el material necesario para la promoción de la imagen institucional.
 - Limitaciones de presupuesto en el área de comunicación.
 - A pesar de ser una institución internacional en Guatemala solo el 7% conoce el programa Paz y Seguridad y un 2% el de planificación y presupuestos nacionales de las personas encuestadas, estos datos fueron arrojados al preguntarles cuales de los programas conocen en la encuesta realizada en esta estrategia.
- **Amenazas:**
 - La poca asociación de las personas de que la oficina es una entidad de la Organización de Naciones Unidas, esto se refleja en la pregunta numero 11 de las encuestas realizadas en esta estrategia con un 16%.
 - La disposición de los actores para realizar los spots radiales y la radio novela.
 - Los horarios de transmisión de la Radionovela, en TGW.
 - El periodo para la elaboración de los guiones y la grabación de la radionovela.

3.5. Indicadores de Éxito:

- Respaldo y orientación de los coordinadores, durante el proceso de investigación, a quienes se les apoyo con la elaboración de plantillas institucionales, invitaciones las cuales son utilizadas en presentaciones y eventos realizados por la oficina actualmente.
- La colaboración de TGW, para la realización del material de apoyo y la transmisión de este material. Como también el apoyo para la transmisión donde se realizaron varias intervenciones entre ellas
- La transmisión de spots radiales en el programa Hoy con la ONU realizado
- Horarios de transmisión, repetidoras, audiencia y frecuencia logradas para la divulgación de los derechos de la mujer y de la oficina.
- Transmisión del material en radios comunitarias.
- Listado de beneficiarios que van a recibir la información de ONU Mujeres, por medio del boletín que será enviado a una base de datos que se elaboró y actualizó por medio de la presente estrategia de comunicación.
- Mujeres favorecidas por información de ONU Mujeres.

3.6. Necesidades de Comunicación:

- La elaboración de material institucional para posicionar la imagen de la oficina.
- Informar los programas y actividades que trabaja la oficina.
- Elaborar material publicitario para fortalecer la imagen de ONU Mujeres.

4. Proyecto a Desarrollar:

Estrategia de comunicación para el “Posicionamiento de la imagen de ONU Mujeres, la nueva entidad de las Naciones Unidas para la igualdad de Género y el empoderamiento económico de las mujeres en Guatemala, a través de medios de comunicación masivos y alternos”.

4.1. Descripción Técnica de la Estrategia del Proyecto:

Ésta estrategia busca posicionar a ONU Mujeres, como la nueva Entidad de las Naciones Unidas para la Mujer y tiene como finalidad promover la nueva oficina, debido a la transición que sufrió en febrero del presente año de UNIFEM a ONU Mujeres e informar a sus contrapartes sobre los programas que manejan actualmente.

Con la estrategia comunicacional, también se busca dar a conocer la labor que realiza la oficina en beneficio de las mujeres, debido a que velan por su seguridad, igualdad de género, empoderamiento económico, liderazgo y participación política y social.

Para posicionar e informar al sector que está dirigida esta estrategia, sobre la oficina y sus programas, se realizaron productos de comunicación institucional y publicitaria como banners, trifoliar, spots o anuncios radiales, boletín informativo y radio novelas.

La realización de banners se realizó para fortalecer la imagen de la oficina en actividades públicas, y generar presencia de imagen de la nueva oficina de ONU Mujeres.

El trifoliar contiene información sobre el origen e historia de la oficina y sus programas, el cual está diseñado en base a los lineamientos de imagen establecidos por la Sede de ONU Mujeres. Este material será entregado de manera conjunta con otras instituciones en actividades de relaciones públicas y con medios de comunicación.

Los anuncios en radio se pautan en el programa de Hoy con la ONU, transmitido todos los jueves de 6:30 a 7:30 AM por Radio TGW, éstos ayudarán a fortalecer la nueva imagen a través de un tagón institucional y mensajes claves como: Entidad para la igualdad de género, entidad para el empoderamiento de las mujeres y todas las mujeres, todos los derechos.

Para destacar los derechos de las mujeres, actividades realizadas, invitaciones a eventos especiales, datos estadísticos sobre mujeres y convocatorias, se realizó un boletín informativo que tendrá una edición trimestral, la característica de éste boletín es que será digital y enviado a una base de datos previamente elaborada, esta base está conformada por el sistema de la ONU, sector privado, cuerpo diplomático, sociedad civil, academias, oficinas cooperantes y oficinas de gobierno.

En colaboración con la radio TGW, se logró establecer una alianza para la elaboración de una radio novela, que será transmitida diariamente en el programa “Buenos Días Guatemala” en un período de 20 días. La primera temporada de la radionovela, tendrá una duración de 20 capítulos de 10 minutos cada uno. La radio novela abordará temas de igualdad de género, migración y discriminación hacia la mujer, donde se fortalecerá la imagen de ONU Mujeres.

El material que se realizó tiene una fuerte carga institucional, con el fin de posicionar la imagen de la oficina y mensajes claves, que darán a conocer la labor realizada en armonía con los objetivos de la oficina de las Naciones Unidas en Guatemala.

4.2. Objetivo General:

Posicionar la nueva imagen de ONU Mujeres a través de material institucional y publicidad para fortalecer la imagen e informar sobre los programas de la oficina.

4.3. Objetivos Específicos:

- Diseñar material visual (banners) de ONU Mujeres para eventos y actividades donde es necesaria la presencia de imagen institucional
- Elaborar un trifoliar para dar a conocer el origen e historia de la oficina y sus programas.
- Difundir spots radiales para fortalecer la imagen institucional de ONU Mujeres.
- Diseñar un boletín para dar a conocer la oficina, sus programas y actividades.
- Grabar una radio novela para reforzar la imagen de ONU Mujeres.
- Sistematizar base de datos de entidades e instituciones y medios de comunicación.
- Diseñar un formato oficial de plantillas para presentaciones ejecutivas de la oficina.

4.4. Actividades que Operativizan la Estrategia:

Para posicionar la imagen de ONU Mujeres se realizó lo siguiente:

- Productos Impresos:

- Se realizaron 2 banners con logo y colores oficiales de la oficina, los cuales serán utilizados en actividades oficiales y eventos para posicionar la imagen de ONU Mujeres.
- Se diseñó y redactó un trifoliar con información de la oficina, el cual será utilizado como material de apoyo para dar a conocer a ONU Mujeres, sus programas y trabajo.
- Se diseñó un boletín, donde se resaltarán las actividades que realiza la oficina.

- **Productos de Audio:**

- Se elaboró 3 spots radiales con una duración de 30 segundos cada uno, para promover a ONU Mujeres, a través de mensajes claves y serán transmitidos en el programa “Hoy con la ONU”, en radio TGW.
- Se grabará una radio novela sobre problemáticas de mujeres, que servirá como material de apoyo para reforzar la imagen de ONU Mujeres.

- **Productos Multimedia:**

- Se sistematizó base de datos de entidades y medios de comunicación.
- Se realizó un formato oficial de plantillas para presentaciones ejecutivas de la oficina.

4.5. Financiamiento:

Los fondos económicos para realizar la presente estrategia comunicacional, serán facilitados por dos programas de la oficina de ONU Mujeres: El Programa Ciudades Seguras y el Programa Conjunto Fortaleciendo la Institucionalidad de las Mujeres en Guatemala.

4.6. Presupuesto:

El presupuesto global establecido para posicionar la imagen de ONU Mujeres e informar sobre sus programas y su trabajo asciende a la suma de Q. 4,605.00.

CANTIDAD	PRODUCTO	VALOR / Q.
2	Banners impresos en full color	1,600.00
500	Trifoliar informativo	1,000.00
3	Spot Radiales	600.00
1	Boletín informativo	5.00
1	Radio novela	1,800.00
2	Base de datos: instituciones y medios de comunicación	20.00
2	Plantillas institucionales	5.00
	Gastos administrativos (papel, internet, fotocopias, impresiones, etc.)	Q. 300.00
	TOTAL	5,330.00

4.7. Beneficiarios:

El principal beneficiario de esta estrategia de comunicación es la oficina de ONU Mujeres, debido a que su imagen será fortalecida, por medio de estos productos comunicacionales y materiales institucionales.

También se beneficiarán las instituciones que trabajan en pro de los derechos de las mujeres debido a que podrán informarse y conocer más sobre la oficina y su trabajo, para la realización de nuevos proyectos en beneficio de las mujeres.

4.8. Recursos Humanos:

Las personas involucradas en la elaboración de los productos de ésta estrategia son:

- **Coordinadora de la oficina de ONU Mujeres:** Rita Cassisi, encargada de la aprobación de todo el material institucional elaborado.
- **Coordinadora del Programa Conjunto Fortaleciendo la Institucionalidad de las Mujeres en Guatemala:** Ana Grace Cabrera, encargada de la aprobación de los banners.
- **Coordinadora Programa Ciudades Seguras:** Anabella Cerezo, encargada de brindar apoyo para la realización de la radio novela.
- **Comunicadora Oficina de Proyectos:** Odeth Alvarado, encargada de la aprobación y supervisión de la elaboración del material institucional.
- **Director de Radio TGW:** Carlos Morales, de la transmisión de la radio novela.
- **Productor de guiones:** Rafael Echeverría, encargado del perfil, síntesis e introducción de la radio novela.
- **Guionistas de Radio TGW:** Carlos Cifuentes, Rafael López, Paola Núñez y Francisco Pérez, encargados de escribir la radio novela.
- **Actores de radio novela:** Judith García, Alejandro Grajeda, Madeleine Castillo, Jorge Bravo, José Callejas y Mehetabel Rodas.
- **Edición de Radio Novela:** Pablo Vásquez.

- **Locutores de spots radiales:** Judith García, Madeleine Castillo y José Callejas.
- **Edición de spots radiales:** Carlos Chong.

4.9. Áreas Geográficas de Acción:

Esta estrategia será ejecutada en la ciudad de Guatemala a través de medios de comunicación masivos y alternativos.

4.10. Cuadro Operativo de la Estrategia:

Cantidad	Actividad o Producto Comunicacional	Objetivo Específico	Presupuesto	Recurso Humano	Área Geográfica de Impacto	Beneficiarios	Fecha de Ejecución
2	Banners	Diseñar material visual (banners) de ONU Mujeres para eventos y actividades donde es necesaria la presencia de imagen de la institución.	Q. 1,600.00	Ana Grace Cabrera y Mehetabel Rodas	Ciudad de Guatemala	Oficina de ONU Mujeres	Agosto, 2011
1	Trifoliar	Elaborar un trifoliar para dar a conocer el origen e historia de la oficina y sus programas.	N/A	Odeth Alvarado y Mehetabel Rodas	Ciudad de Guatemala	Oficina de ONU Mujeres	Agosto, 2011
3	Spot publicitarios	Difundir spots radiales para fortalecer la imagen institucional de ONU Mujeres.	N/A	Leonel Cali y Mehetabel Rodas	Ciudad de Guatemala	Oficina de ONU Mujeres	Agosto y Septiembre, 2011
1	Boletín informativo	Diseñar un boletín para dar a conocer la oficina, sus programas y actividades.	Q. 5.00	Odeth Alvarado y Mehetabel Rodas	Ciudad de Guatemala	Oficina de ONU Mujeres	Agosto, 2011

Cantidad	Actividad o Producto Comunicacional	Objetivo Específico	Presupuesto	Recurso Humano	Área Geográfica de Impacto	Beneficiarios	Fecha de Ejecución
1	Radionovela	Grabar una radio novela para reforzar la imagen de ONU Mujeres.	N/A	Rafael Echeverría, Carlos Cifuentes, Rafael López, Paola Núñez y Francisco Pérez, Judith García, Alejandro Grajeda, Madeleine Castillo, Jorge Bravo, José Callejas y Mehetabel Rodas.	Ciudad de Guatemala	Oficina de ONU Mujeres	Agosto y septiembre, 2011
2	Bases de datos	Sistematizar base de datos de entidades e instituciones y medios de comunicación.	Q. 25.00	Odeth Alvarado y Mehetabel Rodas	Ciudad de Guatemala	Oficina de ONU Mujeres	De abril a agosto 2011
2	Plantillas institucionales	Diseñar un formato oficial de plantillas para presentaciones ejecutivas de la oficina.	Q. 5.00	Odeth Alvarado y Mehetabel Rodas	Ciudad de Guatemala	Oficina de ONU Mujeres	Julio 2011

5. Informe de Ejecución:

5.1. Banners:

- **Objetivo específico:** Diseñar material visual (banners) de ONU Mujeres para eventos y actividades donde es necesaria la presencia de imagen de la institución.
- **Público objetivo:** Instituciones que trabajan el tema de derechos de las mujeres y público diverso para generar imagen institucional en las diferentes actividades corporativas que realiza la oficina.
- **Medio utilizado:** Impreso.
- **Áreas geográficas de impacto:** Ciudad de Guatemala y parte del interior de la república.
- **Presupuesto invertido en esta acción:** Q. 1,600.00

5.2. Boletín Informativo:

- **Objetivo específico:** Diseñar un boletín para dar a conocer la oficina, sus programas y actividades.
- **Público objetivo:** Instituciones que trabajan el tema de derechos de las mujeres sociedad civil, cuerpo diplomático, organizaciones de mujeres, academias y entidades estatales.
- **Medio utilizado:** Medio digital.
- **Áreas geográficas de impacto:** Ciudad de Guatemala y a nivel internacional por medio de la página de Naciones Unidas.
- **Presupuesto invertido en esta acción:** Q. 5.00

5.3. Base de datos:

- **Objetivo específico:** Sistematizar base de datos de entidades e instituciones y medios de comunicación.
- **Público objetivo:** personal de ONU Mujeres.
- **Medio utilizado:** electrónico.
- **Áreas geográficas de impacto:** Ciudad de Guatemala.
- **Presupuesto invertido en esta acción:** Q. 25.00

5.4. Plantillas institucionales:

- **Objetivo específico:** Diseñar un formato oficial de plantillas para presentaciones ejecutivas de la oficina.
- **Público objetivo:** Instituciones que trabaja el tema de derechos de las mujeres sociedad civil, cuerpo diplomático, organizaciones de mujeres, academias y entidades estatales.
- **Medio utilizado:** Digital.
- **Áreas geográficas de impacto:** Ciudad de Guatemala.
- **Presupuesto invertido en esta acción:** Q. 5.00

La oficina de ONU Mujeres en Guatemala, no contó con el presupuesto para ejecutar los productos comunicacionales en su totalidad del Ejercicio Profesional Supervisado -EPS-, y por haber finalizado el periodo de EPS antes de la ejecución, se realizaron los diferentes productos y se entregaron de manera digital para su futura ejecución que a continuación se en listan.

5.5. Radionovela:

- **Objetivo específico:** Grabar una radio novela para reforzar la imagen de ONU Mujeres.
- **Público objetivo:** audiencia general de TGW, Radio Nacional para dar a conocer temas de la Organización de Naciones Unidas.
- **Medio utilizado:** Radial.
- **Áreas geográficas de impacto:** Cobertura de 300,000 personas a nivel nacional.
- **Presupuesto invertido en esta acción:** N/A

5.6. Trifoliar:

- **Objetivo específico:** Elaborar un trifoliar para dar a conocer el origen e historia de la oficina y sus programas.
- **Público objetivo:** Instituciones que trabaja el tema de derechos de las mujeres sociedad civil, cuerpo diplomático, organizaciones de mujeres, academias y entidades estatales.
- **Medio utilizado:** Alternativo de comunicación (impreso).
- **Áreas geográficas de impacto:** Ciudad de Guatemala.
- **Presupuesto invertido en esta acción:** N/A

5.7. Spots publicitarios:

- **Objetivo específico:** Difundir spots radiales para fortalecer la imagen institucional de ONU Mujeres.
- **Público objetivo:** audiencia general de TGW, Radio Nacional para dar a conocer temas de la Organización de Naciones Unidas.
- **Medio utilizado:** Radial.
- **Áreas geográficas de impacto:** Cobertura de 300,000 personas a nivel nacional y sede de ONU Mujeres en New York.
- **Presupuesto invertido en esta acción:** N/A

5.8. Programación y Calendarización

Actividad	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre
Elaboración y redacción del diagnóstico (documentación, observación, y realización de árbol del problema, encuestas, entrevistas y grupos focales)								
Entrega de diagnóstico a supervisora de EPS								
Elaboración y redacción de la estrategia de comunicación (definir objetivo general y específico, público objetivo)								
Entrega de diagnóstico corregido y estrategia comunicacional a supervisora de EPS								
Elaboración y redacción de la ejecución de la estrategia								
Entrega de Ejecución de la estrategia (ejecución de productos de comunicación: baners, spot radiales, plantillas institucionales, radio novela, boletín informativo, base de datos y trifoliar)								
Correcciones de informe final del proyecto								
Entrega de informes corregido a supervisora de EPS								

6. Conclusiones:

- ONU mujeres es una entidad de las Naciones Unidas para la igualdad de género y empoderamiento de la mujer, que promueve los derechos de las mujeres y brinda un trabajo de acompañamiento en los procesos de fortalecimiento institucional de las entidades estatales que velan por los derechos de las mujeres.
- Debido a la fusión de cuatro componentes del sistema de la ONU: División para el Adelanto de la Mujer (DAW), Instituto Internacional de Investigaciones y Capacitación para la Promoción de la Mujer (INSTRAW), Oficina del Asesor Especial en cuestiones de género (OSAGI) y el Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer (UNIFEM), se da la transición de UNIFEM a ONU Mujeres, con el fin de centrarse exclusivamente en la igualdad y el empoderamiento de las mujeres. En la actualidad ONU Mujeres busca posicionar su nueva imagen, por medio del departamento de comunicación.
- ONU Mujeres no cuenta con el personal necesario en el área de comunicación puesto que únicamente lo conforma una persona encargada de diseño, relaciones públicas, cubrir eventos, entre otros, pese a esta situación, se han promovido actividades que ayudan al fortalecimiento de la imagen de la oficina como conferencias de prensa y cobertura de eventos institucionales, aunque el esfuerzo es positivo, no se ha logrado un posicionamiento sobre los programas que maneja ONU Mujeres.
- Debido al ejercicio profesional supervisado realizado en esta institución, se realizó un sondeo para medir la imagen de la institución por medio de encuestas, las que dieron como resultado un bajo conocimiento de los programas que trabaja ONU Mujeres y poca promoción en medios de comunicación. Por lo que se hace necesario la incorporación de boletines informativos, spots radiales, banners y trifolios para posicionar la oficina.
- Esto lleva a realizar una estrategia de comunicación para el “Posicionamiento de la imagen de ONU Mujeres, la nueva entidad de las Naciones Unidas para la igualdad de Género y el empoderamiento económico de las mujeres en Guatemala, a través de medios de comunicación masivos y alternos”. Esta estrategia que contempla la realización de diversos productos de comunicación que ayudan a visibilizar la nueva imagen y la promoción de sus programas en eventos y actividades de ONU Mujeres a instituciones que trabajan y velan por el cumplimiento de los derechos de la mujer. El trabajo de EPS dio la oportunidad de apoyar las labores realizadas por

ONU Mujeres en las acciones para dar a conocer el trabajo realizado por esta institución y la transición de UNIFEM a ONU Mujeres.

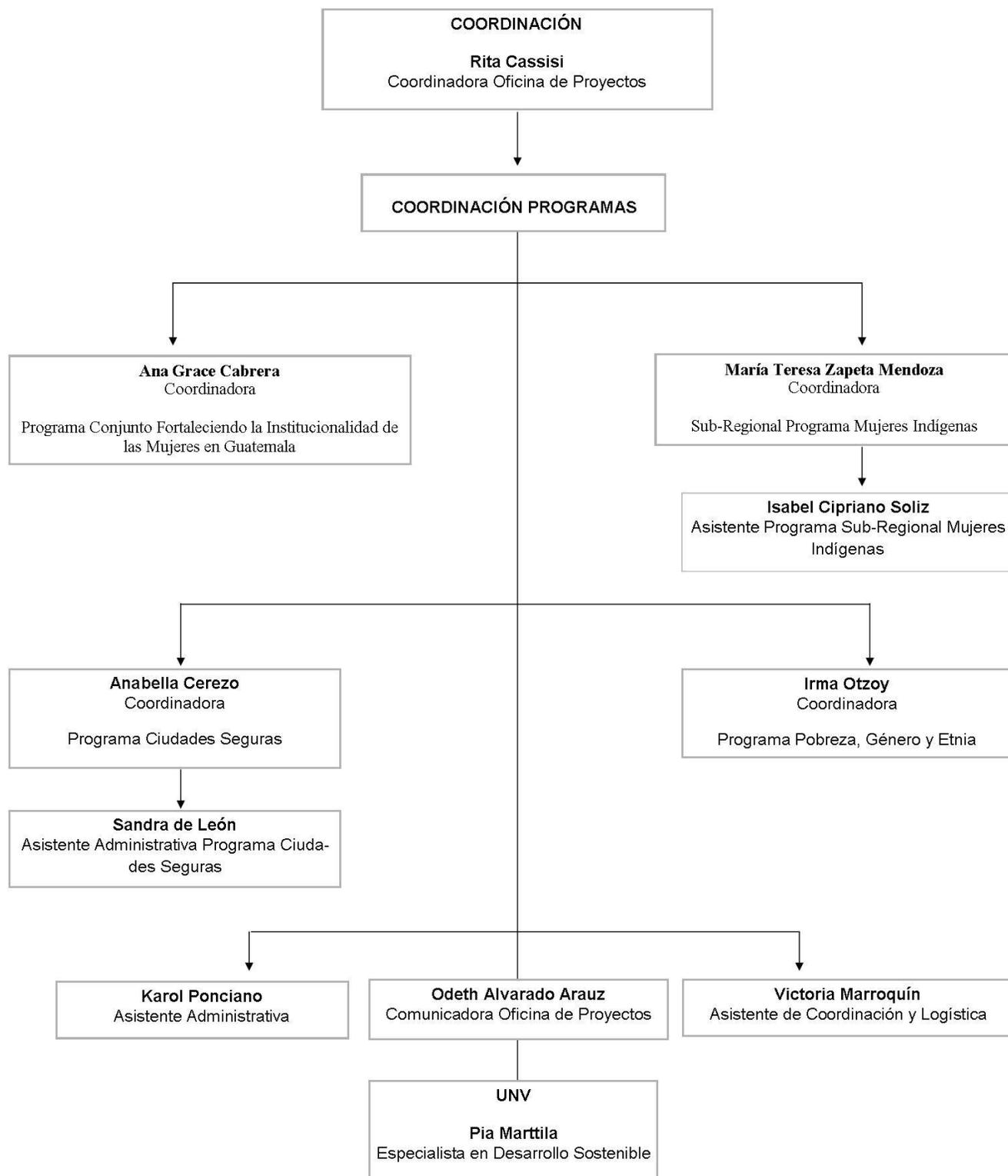
- La estrategia de comunicación ofrece a ONU Mujeres la oportunidad de contar con un material diverso que abarca medios alternativos como trifoliales y medios masivos como los spots radiales para fortalecer la imagen de la institución y dar a conocer los programas que son la base de la institución.
- ONU Mujeres cuenta con materiales diversos como baners, plantillas institucionales, base de datos de instituciones y medios de comunicación y boletín informativo, por lo que esta estrategia permite una mayor visibilidad tanto de imagen como de informar sobre sus programas y actividades.

7. Recomendaciones:

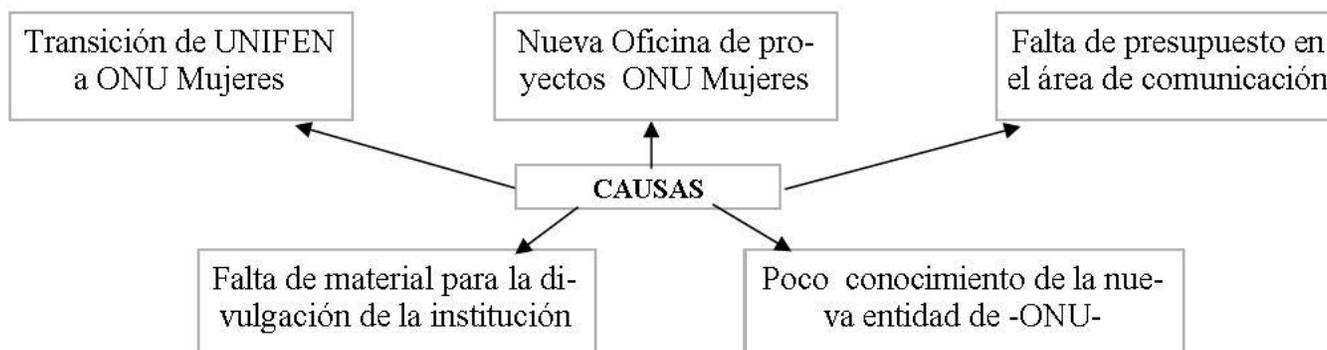
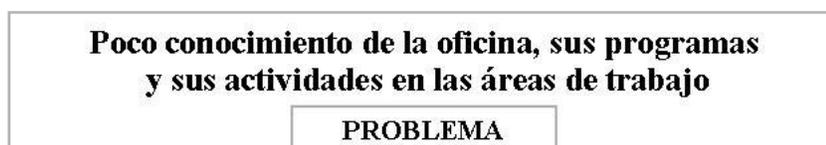
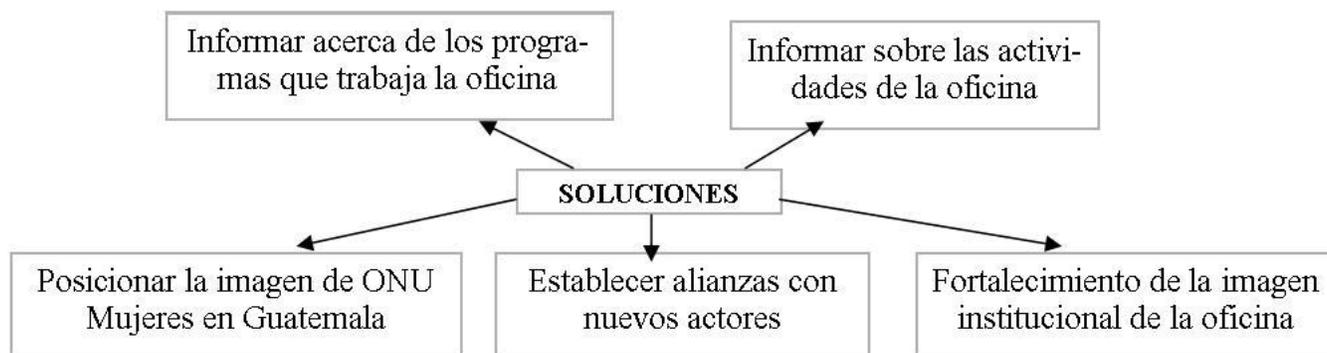
- Fortalecer el departamento de comunicación, por medio de la contratación de personal para el área de comunicación para darle mejor cobertura a la oficina y los programas.
- Adjudicar un presupuesto específico para el área de comunicación, para que no dependa de otros programas y con ello contribuir a la independencia en la elaboración de materiales para actividades de imagen corporativa.
- Utilizar el programa de radio “Hoy con la ONU” para promover los programas de ONU Mujeres en la población en general a través de este medio masivo.
- Fortalecer las relaciones públicas internas en la oficina para crear un ambiente laboral armonioso y cordial a través de cartelera de eventos de la oficina y una agenda de actividades de todos los programas.
- Seguir publicando artículos de los programas de ONU Mujeres en medios de comunicación para divulgar la labor realizan a través de las relaciones públicas.
- Utilizar los productos de comunicación realizados en la presente estrategia para mejorar la visibilidad de ONU Mujeres en actividades.

ANEXOS

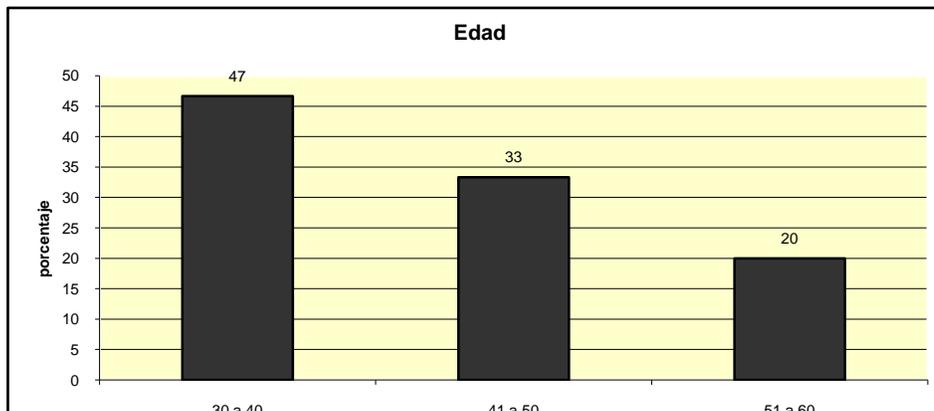
a. Organigrama de la institución: (ONU Mujeres, 2010)



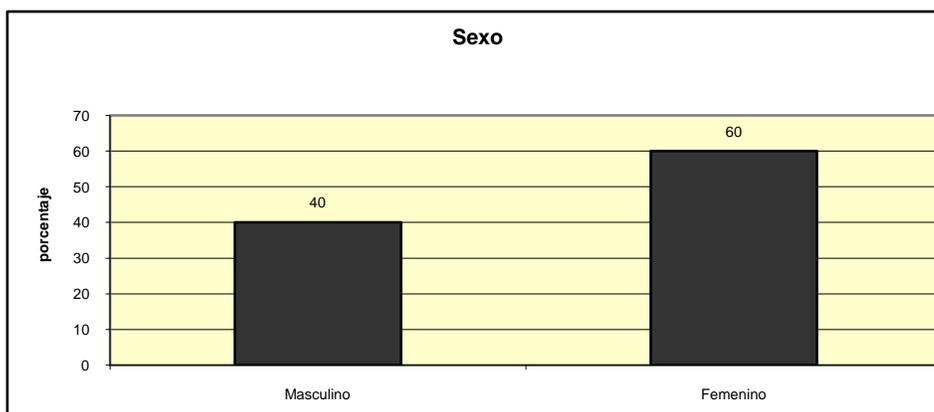
b. Árbol del problema:



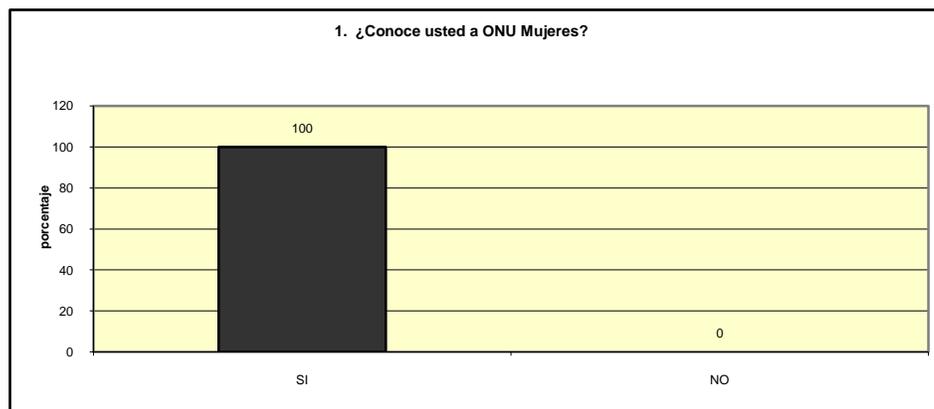
c. Gráficas estadísticas:



- De las encuestas realizadas el 47% de las personas que respondieron el cuestionario están comprendidas entre las edades de 30 a 40 años, quienes fueron el grupo mayoritario que contestaron las preguntas relacionadas a ONU Mujeres.

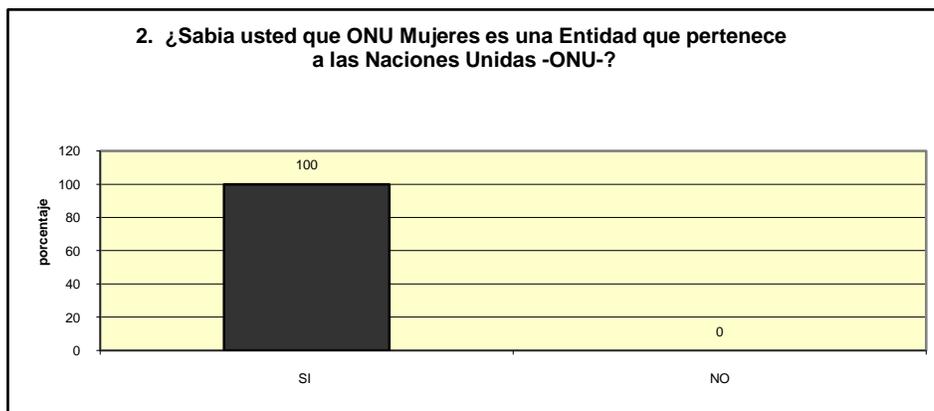


- Debido a que ONU Mujeres está relacionada con la labor de mujeres esto queda evidenciado con el 63% de mujeres que contestaron el cuestionario.

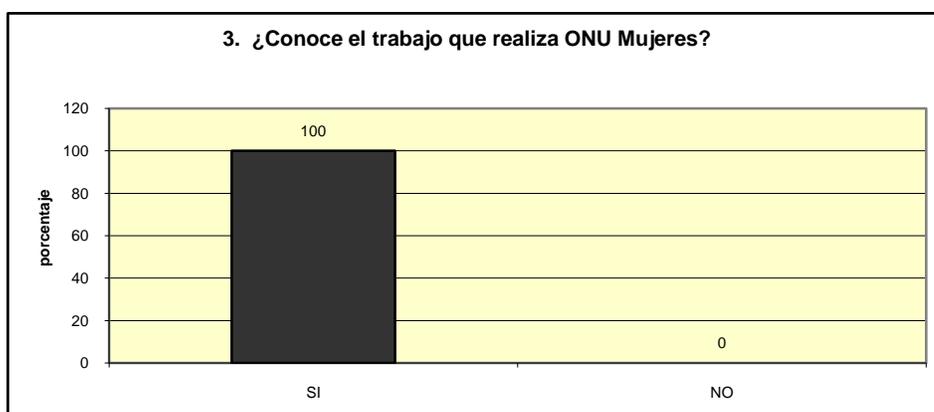


- El total de personas encuestadas respondió que si conocen a ONU Mujeres, debido a que tienen relación con ONU Mujeres, pero es necesario reforzar la imagen institucional y dar a conocer el trabajo que realizan.

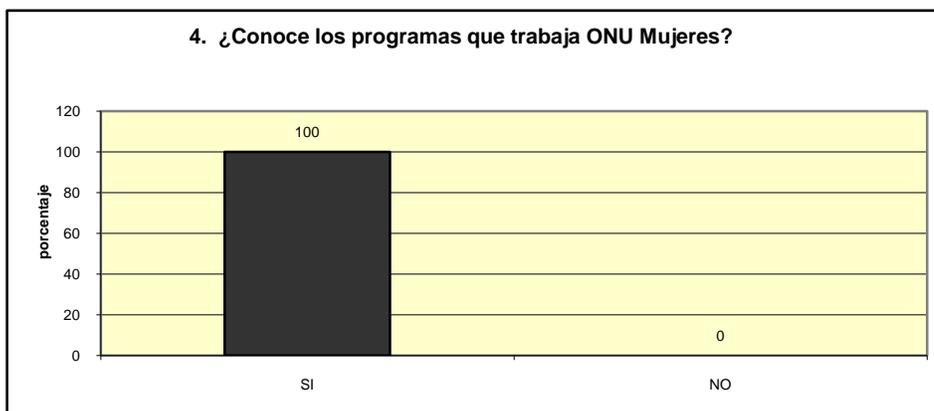
-



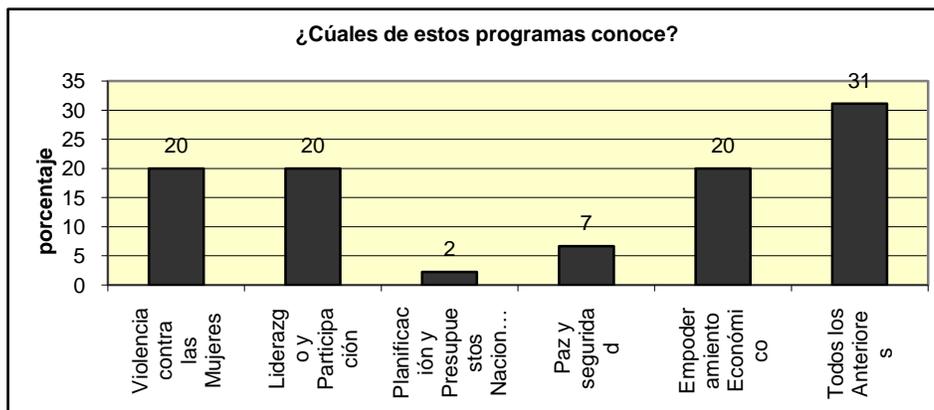
- El 100% indica conocer que ONU Mujeres es una Entidad de las Naciones Unidas, sin embargo en la última gráfica se evidencia que las personas no piensan en primera instancia a ONU Mujeres como una Entidad de la -ONU-.



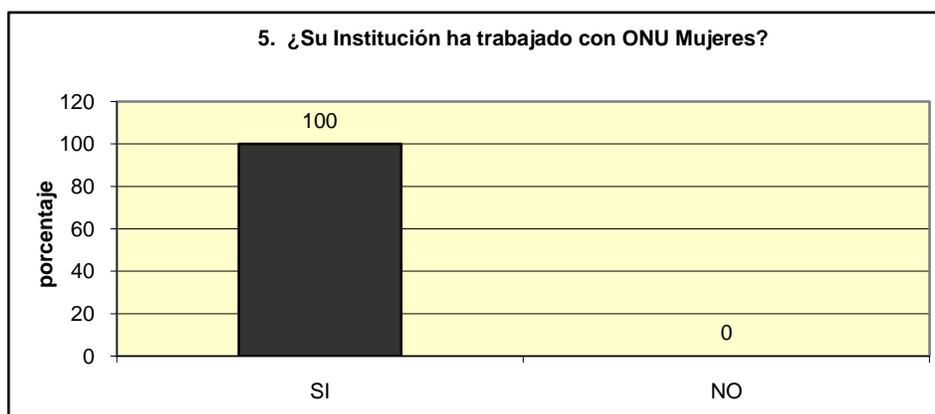
- El 100% indica conocer el trabajo de ONU Mujeres, pero según información de la oficina las instituciones no cuentan con suficiente información.



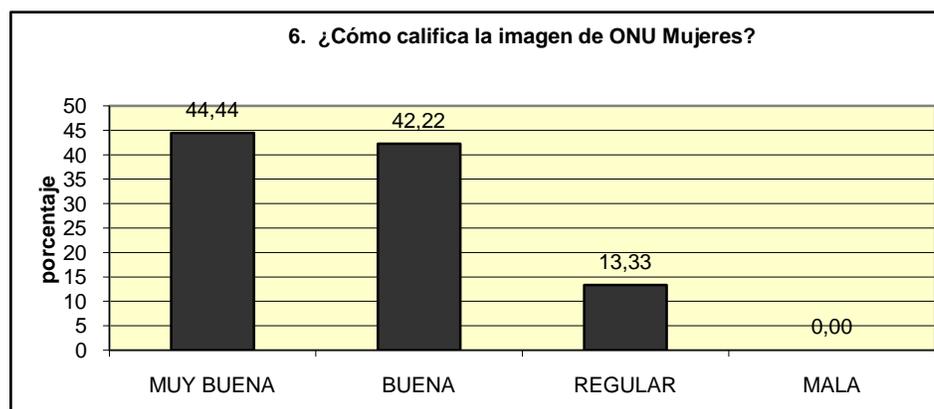
- Las personas encuestadas tienen relación o han trabajado con ONU Mujeres, por lo que aseguran conocer los programas de ONU Mujeres, pero en la siguiente gráfica podemos observar que se desconocen algunos de ellos y son la minoría quienes los conocen en su totalidad.



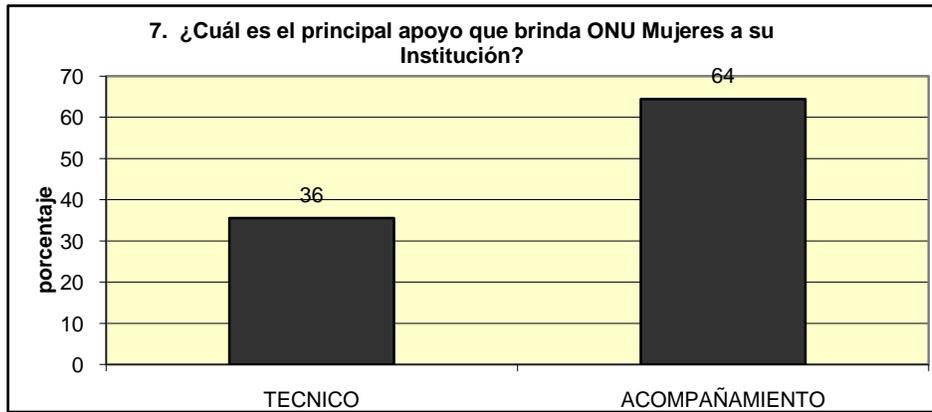
- En esta gráfica podemos observar que en su mayoría no conocen los programas que trabaja ONU Mujeres un ejemplo de esto es que solo el 2% conoce el programa de planificación y presupuestos nacionales, un 7% el de Paz y Seguridad, debido a que son programas fundamentales para dar soporte a la labor de ONU Mujeres es necesario dar a conocer los programas y el trabajo de la Oficina.



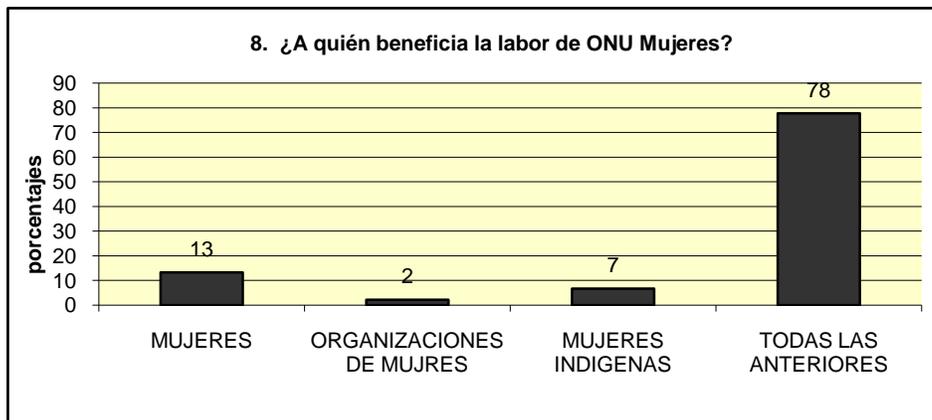
- Los encuestados quienes trabajan en pro de los derechos de las mujeres confirmaron su participación al trabajar en conjunto con ONU Mujeres.



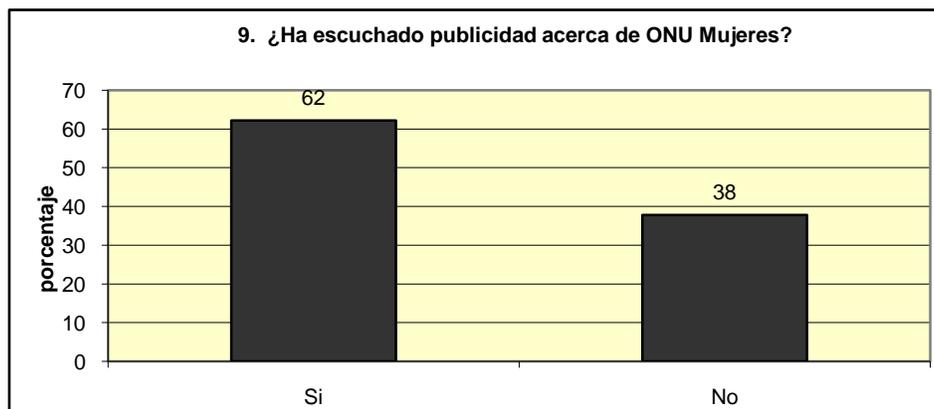
- El posicionamiento de la imagen de ONU Mujeres es muy aceptable según lo demuestra el 86% de los encuestados, pero se debe trabajar para que la aceptación sea total.



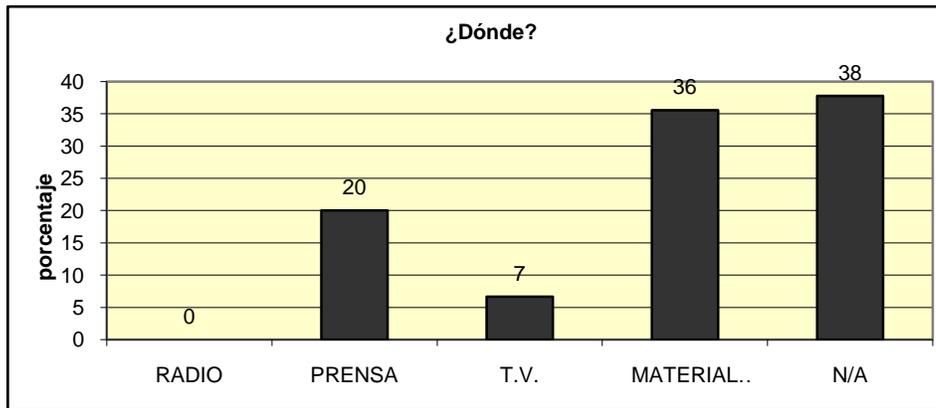
- La comunicación organizacional ayudará a reforzar la labor de ONU Mujeres debido a que actualmente más de la mitad de las personas encuestadas identifica su labor solo como un acompañamiento, esto hace necesaria la comunicación para informar su verdadera labor.



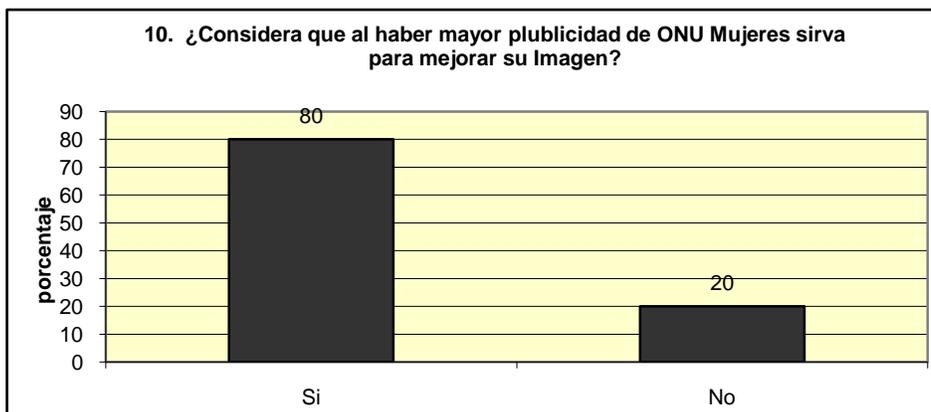
- Según los encuestados el 78% de las personas opinan que el beneficio es para las mujeres en general, pero se desconoce el beneficio específico que ONU Mujeres provee a las mujeres.



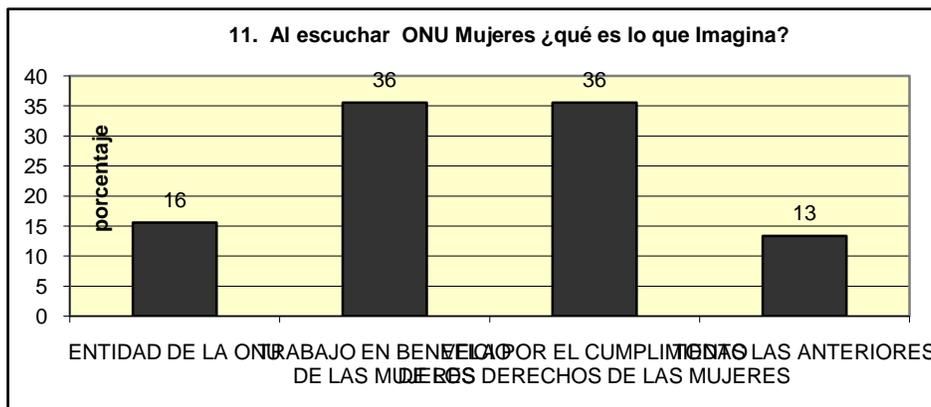
- El 62% sí han escuchado publicidad de ONU Mujeres pero es importante destacar que es material informativo generado por la oficina, lo que hace necesario crear material para informar sobre los programas que trabaja la oficina.



- Aquí se evidencia que las personas están informadas mayormente por material informativo, se hace necesaria la implementación de boletines informativo y medio alterno para dar a conocer el trabajo de la ONU Mujeres. También se evidencia con un 38% la falta de publicidad de la institución.



- La mayoría de las personas encuestadas opinaron que al hacer publicidad de ONU Mujeres servirá para mejorar su imagen y posicionar la oficina.



- Pese a que el 32% de las personas encuestadas informan que lo asocian con los derechos de las mujeres, no conocen el programa de paz y seguridad que trabaja la oficina.

d. Fotografías:



Reunión de TGW y ONU Mujeres sobre radionovela



Foro de Participación Política de las Mujeres



Foro de Participación Política, ONU Mujeres con Unión Europea



Celebración del Día Internacional de la Mujer, en donde se entregó materiales sobre los derechos de la mujer



Entrevista a Teresa Zapeta, Coordinadora
Coordinadora Sub-Regional Programa
Mujeres Indígenas



Foro y Noche Cultural, en conmemoración
del Día Internacional de la Mujer



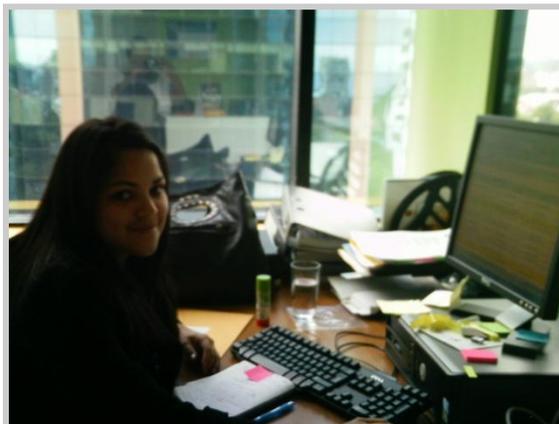
Entrevista a Isabel Cipriano Asistente
Programa Sub-Regional Mujeres Indígenas



Ejercicio en taller de política



Dinámica en la Feria Internacional del Libro
-FILGUA-



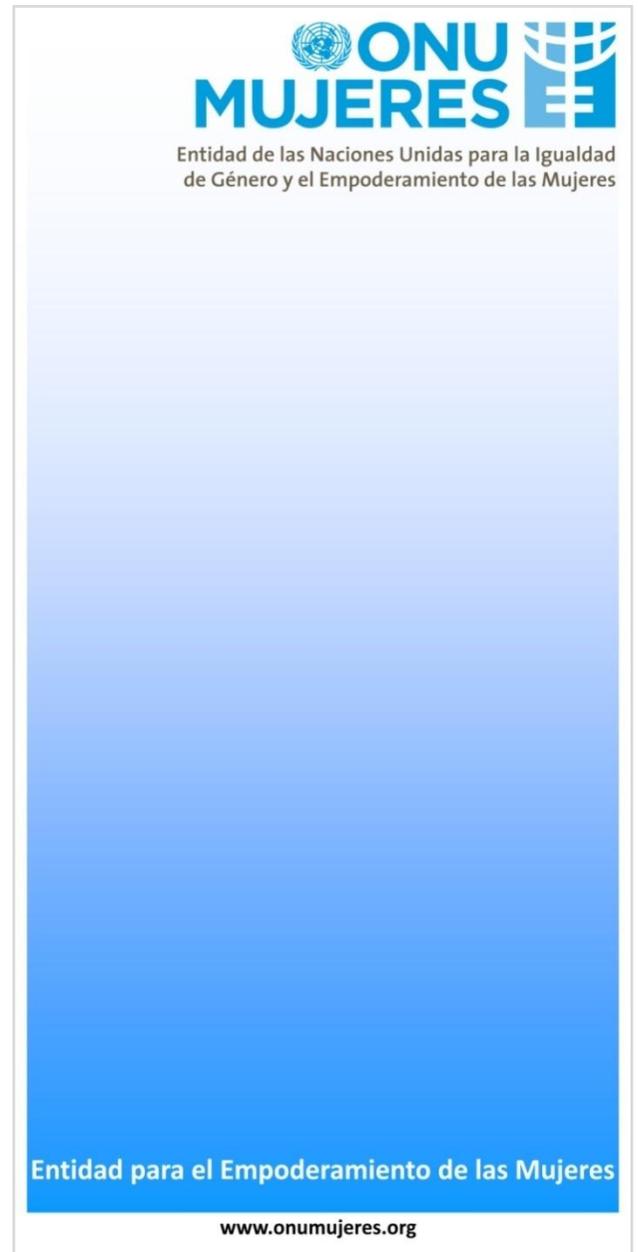
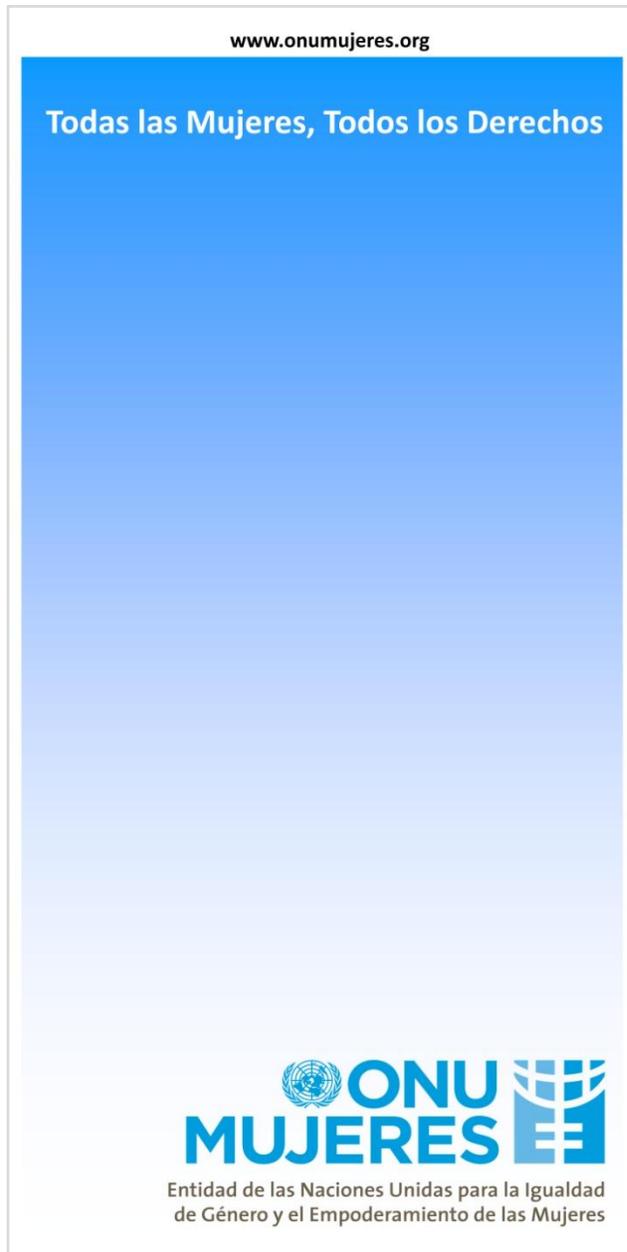
Trabajando en oficina ONU Mujeres

e. Cronograma de actividades de acuerdo a la estrategia:

Actividad	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre
Elaboración y redacción de la estrategia								
Elaboración de plantillas institucionales								
Elaboración de trifoliales								
Elaboración de base de datos								
Elaboración de banners								
Redacción de spots radiales								
Revisión de los primeros 5 guiones de radio novela y sinopsis del perfil de personajes								
Diseño de boletín informativo								
Revisión del material por la oficina de ONU Mujeres								

f. Ejemplos de materiales ejecutados en el proyecto:

- **Baners:**



- **Boletines Informativos:**

1-2011 www.onumujeres.org/gu Septiembre

**Boletín Informativo
ONU Mujeres Guatemala**

**" LA FORTALEZA DE LAS MUJERES, LA TENACIDAD DE LAS MUJERES,
Y LA SABIDURÍA DE LAS MUJERES SON EL RECURSO MÁS
DESAPROVECHADO DE LA HUMANIDAD. EL DESAFÍO CONSISTE EN
MOSTRAR CÓMO ESTE RECURSO PUEDE SER UTILIZADO DE UNA
MANERA EFECTIVA QUE NOS BENEFICIE A TODOS Y A TODAS."**

-MICHELLE BACHELET-



Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres

Conferencia de Prensa
Lanzamiento de ONU MUJERES



Actividad Deportiva:
Presentación ONU Mujeres a Consejo Nacional del Deporte
-CONADER-, Dirección de Educación Física



Presentación Informe Mundial 2011
"Seguimiento de la Educación para Todos"
Participación de ONU Mujeres




Clausura de Curso a distancia de Formación en Estadística
con Perspectiva de Género



Firma de Convenio entre
La secretaria Nacional de Ciencia y Tecnología de
Guatemala -SENACYT- y ONU Mujeres



Conversatorio sobre Participación Política
ONU Mujeres, NDI y Unión Europea

Foro Género y Discriminación,
Concierto Coro Juvenil Municipalidad y
Exposición de Esculturas




Primer Informe Mundial
"El Progreso de las Mujeres en el mundo:
En busca de la Justicia"




Oficina ONU Mujeres en Guatemala
5a. Avenida 5-55 zona 1A,
Edificio Torreblanca, Torre 08 Nivel 12
Ciudad de Guatemala
Teléfono (502) 2381 8700

www.onumujeres.org
www.facebook.com/onumujeres
www.twitter.com/onumujeres



Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres

Guatemala, 15, 16 y 17 de junio de 2011

ONU MUJERES
Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres

Begoña Lasagabaster, Asesora Política de ONU Mujeres N.Y.

Diálogo con mujeres funcionarias de gobierno sobre participación política y gestión pública

De izquierda a derecha: Clemencia Muñoz, Oficial de Programas de ONU Mujeres México, C.A. Cuba y Rep. D.; Nelson Pérez, Coordinadora del Proyecto Consenso de Quito; ONU Mujeres; Rita Casali, Coordinadora ONU Mujeres Guatemala; Begoña Lasagabaster, Asesora Política ONU Mujeres N.Y.; y Sonia Escobedo, Secretaria de SEPROM; y Silvia Salazar, Asesora del Director de SI.

Intercambio con Parlamentarias del Congreso sobre paridad en la representatividad de mujeres, hombres y pueblos indígenas, en el marco de las reformas a la Ley Electoral y de Partidos Políticos

De izquierda a derecha: Rita Casali, Coordinadora ONU Mujeres Guatemala; Otilia Luján, Vicepresidenta de la Comisión de la Mujer del Congreso de la República; Yvanna Ramírez, Presidenta de la Comisión de la Mujer del Congreso de la República; Begoña Lasagabaster, Asesora Política ONU Mujeres N.Y.; y Eduardo Nuñez, Director Residente del INDI.

Reunión con representantes de partidos políticos.

Begoña Lasagabaster, Asesora Política de ONU Mujeres en N.Y., en reunión con representantes de partidos políticos, la Comisión de la Mujer del Congreso de la República, y el Instituto Nacional Democrático-INDI.

Presentación del Informe regional "Mirando con lentes de género la cobertura electoral en América Latina" IDEA Internacional y ONU Mujeres

De izquierda a derecha: Eduardo Nuñez, Director Residente del INDI; Beatriz Llanos, de IDEA Internacional; Mirza Arcega, Secretaria de la Comisión de la Mujer, del Congreso de la República; Rita Casali, Coordinadora ONU Mujeres Guatemala; Yvanna Ramírez, Asistente de Planificación de la Comisión de la Mujer, del Congreso de la República; y Begoña Lasagabaster, Asesora Política ONU Mujeres N.Y.

Diálogo con organizaciones de mujeres de la sociedad civil

De izquierda a derecha: Carolina Nuñez, Director Residente del INDI; Beatriz Llanos, de IDEA Internacional; Begoña Lasagabaster, Asesora Política ONU Mujeres N.Y.; Mirza Arcega, Secretaria de la Comisión de la Mujer, del Congreso de la República; y Rita Casali, Coordinadora ONU Mujeres Guatemala.

Beatriz Llanos, del Instituto Internacional para la Democracia y asistencia Electoral - IDEA Internacional, Presentando el Informe regional "Mirando con lentes de género la cobertura electoral en América Latina".

De izquierda a derecha: Isabel Capriles, Asesora del Programa Sub-Regional Mujeres Indígenas; Eduardo Nuñez, Director Residente del INDI; María Teresa Zapeta, Coordinadora Sub-Regional del Programa Mujeres Indígenas; Rita Casali, Coordinadora ONU Mujeres Guatemala; Yvanna Ramírez, Coordinadora del Proyecto Consenso de Quito; ONU Mujeres; Begoña Lasagabaster, Asesora Política ONU Mujeres N.Y.; Julieta Salazar; Mirza Arcega, Secretaria de la Comisión de la Mujer, del Congreso de la República; Clemencia Muñoz, Oficial de Programas de ONU Mujeres México, C.A. Cuba y Rep. D.; Ana Grace Cabrera, Coordinadora del Programa Conjunto Fortaleciendo la Institucionalidad de las Mujeres; y Yvanna Masaya, Asistente de Planificación de la Comisión de la Mujer, del Congreso de la República.

Sesión de intercambio con el GTI de Género

Begoña Lasagabaster, Asesora Política ONU Mujeres N.Y., En Sesión de intercambio con el GTI de Género

De izquierda a derecha: Ana Grace Cabrera, Coordinadora del Programa Conjunto Fortaleciendo la Institucionalidad de las Mujeres; María Teresa Zapeta, Coordinadora Sub-Regional del Programa Mujeres Indígenas; Begoña Lasagabaster, Asesora Política ONU Mujeres N.Y.; y Sandra Ruano, Asociada de Cerre.

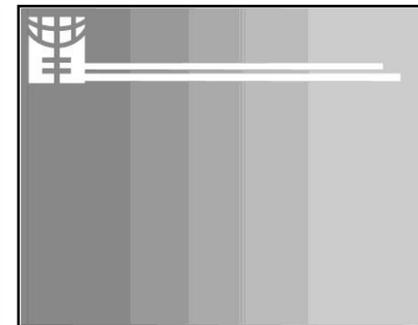
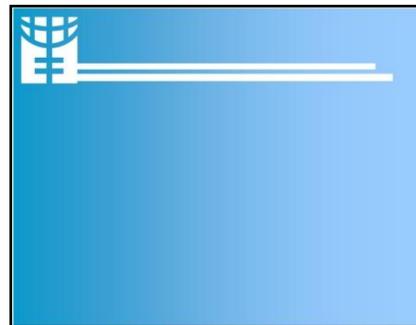
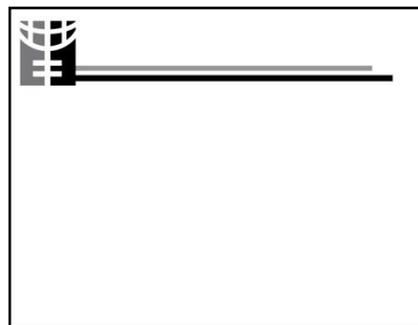
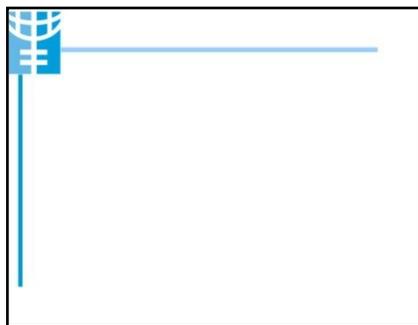
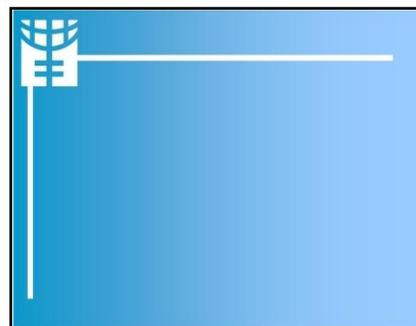
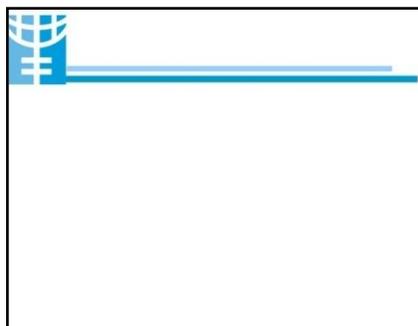
Intercambio con delegadas departamentales de organizaciones de mujeres indígenas

Begoña Lasagabaster, Asesora Política ONU Mujeres N.Y., En Almuerzo de trabajo con delegadas departamentales de organizaciones de mujeres indígenas.

Intercambio con representantes de la Iniciativa "Más Mujeres Mejor Política"

Begoña Lasagabaster, Asesora Política de ONU Mujeres en N.Y., en intercambio con representantes de la iniciativa "Más Mujeres Mejor Política"

- Plantillas Institucionales:



- **Trifoliar:**

“ LA FORTALEZA DE LAS MUJERES, LA TENACIDAD DE LAS MUJERES, Y LA SABIDURÍA DE LAS MUJERES SON EL RECURSO MÁS DESAPROVECHADO DE LA HUMANIDAD. EL DESAFÍO CONSISTE EN MOSTRAR CÓMO ESTE RECURSO PUEDE SER UTILIZADO DE UNA MANERA EFECTIVA QUE NOS BENEFICIE A TODOS Y A TODAS.”

—MICHELLE BACHELET



LAS EXPECTATIVAS SON ALTAS



Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres

Directorio
Oficina de Proyectos de ONU Mujeres en Guatemala
5ª. Avenida 5-55 zona 14, Edificio Europlaza, torre IV, piso 12
Tel. +00 (502) 2381 8700
Fax. + (502) 2381 9815
www.unwomen.org/es



Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres

ONU Mujeres se enfoca en áreas prioritarias que son fundamentales para la igualdad y equidad de género y el empoderamiento de las mujeres en todo el mundo

ONU Mujeres, Entidad de la Organización de Naciones Unidas -ONU- para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres.

ONU Mujeres es la entidad global para el avance de mujeres y niñas en todo el mundo. Su creación en 2010 celebrada en todo el mundo brinda una oportunidad histórica para impulsar el progreso de las mujeres y la sociedad. ONU Mujeres opera bajo la premisa fundamental de que las mujeres y las niñas de todo el mundo tienen el derecho a vivir libres de discriminación, violencia y pobreza y de que la igualdad de género es vital para alcanzar el desarrollo.

ONU Mujeres Trabaja en pro de:
La eliminación de la discriminación en contra de las mujeres y las niñas, el empoderamiento de la mujer y El logro de la igualdad entre las mujeres y los hombres, como socios y beneficiarios del desarrollo, los derechos humanos, las acciones humanitarias y la paz y la seguridad.

Violencia contra las Mujeres
Las mujeres necesitan leyes firmes, respaldadas con implementación y servicios de protección y prevención.

Paz y Seguridad
Es necesario detener las amenazas específicas que enfrentan las mujeres, quienes a su vez deben ocupar un lugar central en las conversaciones de paz y la reconstrucción posconflicto.

Liderazgo y Participación
Las mujeres tienen muy poca participación en las decisiones que las afectan en su entorno. La adquisición de nuevas destrezas ayuda a las mujeres a desplegar todo su potencial de liderazgo.

Empoderamiento Económico:
En comparación con los varones, las mujeres están muy rezagadas en el acceso a la tierra, el crédito y el empleo decente, pese a que cada vez son más los estudios que muestran que el aumento de las opciones económicas para las mujeres significa un impulso para las economías nacionales. El enfoque de las nuevas políticas macroeconómicas, coadyuvan a establecer vínculos con la igualdad de género.

Planificación y Presupuestos Nacionales
La planificación pública es el punto de partida para los diversos servicios y políticas públicas que los ciudadanos y ciudadanas esperan de su gobierno; sin embargo, ésta generalmente omite las necesidades y prioridades específicas de las mujeres. La igualdad de género debe ser un objetivo claramente establecido en todos los planes y estar respaldada por medidas específicas de implementación y los fondos suficientes.

- Spots Radiales:

SPOT NO. 1

CONTROL EFECTO DE AMBIENTACIÓN (TORTILLERÍA)

SEÑORA (NARRANDO) Yo soy Juana Pérez, de 45 años, esposa y madre responsable de dos hijos, tengo una tortillería en Chiquimula y con ella apporto económicamente a mi hogar.
(VOZ FIRME) Porque tengo el derecho a tener mi independencia económica.
Las mujeres también contribuimos al desarrollo de Guatemala.

CONTROL EFECTO DE SILVATO (INSTRUMENTOS SONANDO)

LOCUTOR (VOZ INSTITUCIONAL) ONU Mujeres, entidad para el empoderamiento económico de las mujeres.

SPOT NO. 2

CONTROL EFECTO DE AMBIENTACIÓN (MÚSICA EN ACENSO)

NIÑA Como niña tengo derecho a la educación
MUJER 1 Como profesional tengo derechos a oportunidad de empleo
MUJER 2 Como madre tengo derecho a servicios de salud
MUJER 3 Como empresaria tengo derechos a créditos financieros
MUJER 4 Como ciudadana tengo derecho a votar
MUJER 5 Como esposa tengo derecho a un trato sin violencia
MUJER 6 Como guatemalteca tengo derecho al reconocimiento
TODAS (VOZ FIRME) Como mujeres tenemos derecho a la libertad

CONTROL CORTINA

LOCUTOR (VOZ INSTITUCIONAL) ONU Mujeres, Todas las Mujeres, Todos los Derechos.

SPOT NO. 3

CONTROL EFECTO DE AMBIENTACIÓN

LOCUTOR 1 (VOZ INSTITUCIONAL) Luchamos contra la Violencia de las Mujeres,

Velamos por su Paz y Seguridad, propiciamos el Liderazgo y Participación y generamos el Empoderamiento Económico.

CONTROL **CORTINA**

LOCUTOR 2 (VOZ INSTITUCIONAL) ONU Mujeres, Una Nueva Entidad de las Naciones Unidas.

Bibliografía

- Alipaz, M. (2011). *ONU Mujeres*. Recuperado el 3 de abril de 2011, de http://www.unwomen.org/wp-content/uploads/2011/02/UNwomen_Brochure_es.pdf
- Braun, N. (1 de 2011). *UNWOMEN*. Recuperado el 3 de abril de 2011, de ONU Mujeres: www.unwomen.org/es
- Cap Pu, C. (octubre 2009). Campaña de Campaña de Comunicación Orientada a la Prevención, Promoviendo las Denuncias para Contribuir a Erradicar la Trata de Personas: Niños, Niñas y Adolescentes Víctimas de Explotación Sexual Comercial, Específicamente en el Departamento de Chiquimula.
- Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas ECOSOC. (1997). *Conclusiones Acordadas*. México.
- Glagovsky, H. E. (2002). *Esto es FODA*. Argentina.
- Grupo Interagencial de Género, Naciones Unidas. (2010). *Género Igualdad y Desarrollo. Ficha Informativa Sobre Género y Desarrollo*, 1.
- López Morales, E. (2009). *Estrategia de Visibilidad: Posicionamiento de la Asociación el Conacaste y su Centro de Educación Popular -CEDEP- El Tule, por medio del Fortalecimiento de su Imagen Institucional*.
- ONU Mujeres. (2010). *Directorio ONU Mujeres Guatemala*.
- UN Women. (25 de febrero de 2011). *Branding Guidelines and Identity Standards*. Nueva York: Quinta Edición.
- UNIFEM. (2010). *Informe Anual 2008-2009*. México.
- Waldorf, L. (Octubre de 2009). *Camino a la Igualdad: CEDAW Beijing y los ODM*. United Nations Development Fund for Women.