

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO EPS**

*“Propuesta de comunicación organizacional
para el fortalecimiento de la imagen corporativa
de la Asociación “El Refugio de la Niñez”*

Informe Final de Ejercicio Profesional Supervisado E.P.S.
Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

SANDRA DAMARIS GODOY SÁNCHEZ

Previo a optar el título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Asesor:
M.A. Julio Ochoa España

Guatemala, Noviembre, 2013.

.

Director

Lic. Julio Moreno Sebastián

Representantes Docentes

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Victor Carillas Bran

Representantes Estudiantiles

Pub. Josè Jonathan Giròn

Pub. Anibal De Leòn

Representante Egresados

Lic. Michael Gonzàles Batres

Secretaria

M. Sc. Claudia Molina

Comision de EPS

Cordinador

M.A. Julio Ochoa España

Supervisor I

M.A. Oneida Rodas

Supervisor II

Lic. Hugo Castro

Supervisor III

Lic. Elio Quim



Guatemala, octubre 23 de 2,013

Estudiante Epesista de Licenciatura
Sandra Damaris Godoy Sánchez
Carné No. 200319799
Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Luego de evaluado su trabajo académico impreso y de campo titulado: **Propuesta de comunicación organizacional para el fortalecimiento de la imagen corporativa de la Asociación “El Refugio de la Niñez”** y de haber sustentado el examen privado y defensa de su proyecto de EPS de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, se da por **Aprobado por Unanimidad** del Tribunal Examinador su trabajo final y se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y la impresión de su trabajo final de EPSL en un número de 5 ejemplares impresos que deberá entregar a diferentes instancias así como 3 CD's con el documento incluido en formato PDF los cuales deberá entregar a las Bibliotecas Flavio Herrera y Central y a la Comisión de Tesis de la E.C.C.

Sin más que hacer constar:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

Lic. Hugo Rolando Castro Guzmán
Supervisor

M.A. Oneyda Rodas
Supervisora

M.A. Marco Julio Ochoa España
Coordinador





Guatemala, febrero de 2,013

M.A. Marco Julio Ochoa España
Coordinador EPS de Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Presente.

Estimado M.A. Ochoa España,

Yo **Sandra Damaris Godoy Sánchez**, quien me identifico con carné No. **200319799** e inscrito (a) formalmente para el ciclo lectivo en curso, tengo a bien comunicarle que, comprendido dentro de los parámetros legales que establece el reglamento del Ejercicio Público Supervisado, EPS, de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación y en el entendido que tengo la disponibilidad de tiempo necesario para cursarlo, he decidido optar al sistema de graduación de dicha licenciatura por medio del programa que usted dirige.

Por tal razón, solicito ser aceptado (a) en el programa del EPS de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación correspondiente al año 2,013, comprometiéndome a respetar lo dispuesto en las leyes y reglamentos de la Universidad de San Carlos de Guatemala y de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Esperando ser aceptada tal solicitud, quedo a la espera de su cordial respuesta.

Atentamente,

Sandra Damaris Godoy Sánchez
Carné No. **200319799**



Cc. Archivo personal



Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala, enero de 2013

Estudiante

Sandra Damaris Godoy Sánchez

EPS de Licenciatura

Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Universidad de San Carlos de Guatemala

Presente.

Apreciable estudiante **Godoy Sánchez**, para su conocimiento y efectos me permito comunicarle que ha sido oficialmente aceptado (a) para optar al programa de graduación de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación denominado Ejercicio Público Supervisado, EPS bajo las condicionantes siguientes:

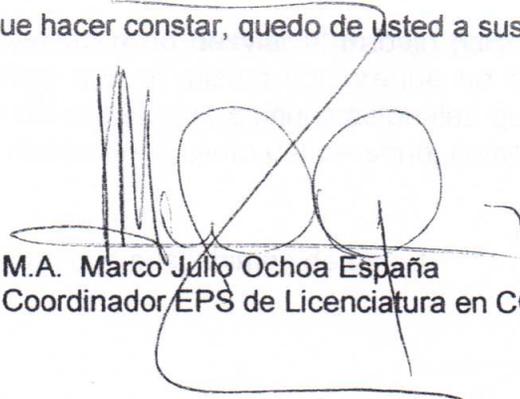
Atender a las normas y procedimientos establecidos por la Universidad de San Carlos de Guatemala, la Escuela de Ciencias de la Comunicación y la Coordinación General del EPS de la licenciatura que actuará bajo los estatutos establecidos en el reglamento interno aprobado por el Consejo Directivo de esta Unidad Académica.

Cumplir a cabalidad con las fases establecidas en el EPS las cuales son de pleno conocimiento por usted, transmitido por medio del curso propedéutico impartido por esta Coordinación.

Rendir su informe de manera profesional y con la fundamentación científica que se requiere para el mismo, cumpliendo con los requisitos que para el efecto se traducen en las cartas oficiales, mismas que deberán ser incluidas en su informe final.

No habiendo más que hacer constar, quedo de usted a sus ordenes.

Deferentemente,


M.A. Marco Julio Ochoa España
Coordinador EPS de Licenciatura en CC.



cc. expediente estudiantil
cc. archivo Coordinación



el Refugio
de la niñez

Guatemala, 8 de marzo de 2,013

M.A. Marco Julio Ochoa España
Coordinador EPS de Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Presente

Apreciable Maestro Ochoa, tengo ha bien informarle que a ésta institución se ha presentado la estudiante Sandra Damaris Godoy Sánchez quien se identifica con No. de Carné 200319799 a solicitar le sea aceptada su participación como epesista del programa que usted dirige.

En tal sentido, comunicamos a usted que la estudiante ha sido aceptada bajo el siguiente compromiso:

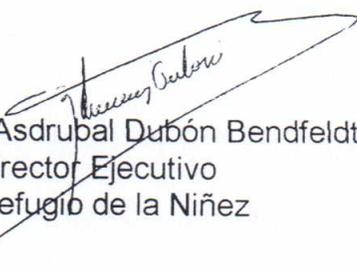
La institución se compromete a otorgar un espacio físico a la estudiante para que realice de forma profesional su trabajo de investigación.

La institución se compromete a emitir un informe mensual sobre la labor de la estudiante a la Coordinación que usted dirige mediante correo electrónico y,

La institución se compromete a no desviar el trabajo para el que la epesista fue aceptada, en el entendido que el mismo comprende un diagnóstico, propuesta, ejecución y evaluación de estrategias comunicacionales que sirvan de soporte al buen funcionamiento y desempeño tanto del personal como de los objetivos de la misma.

Sin más qué hacer constar, nos suscribimos de usted.

Cordialmente,


Lic. Leonel Asdrubal Dubón Bendfeldt
Director Ejecutivo
El Refugio de la Niñez

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

- 8 ABR 2013

RECIBIDO
COORDINACION EPS

Hora: _____ Ref. _____

CC. archivo estudiantil
CC. archivo Coordinación



el Refugio
de la niñez

El Refugio de la Niñez
3 Av. 3-27 zona 1, Guatemala
Ciudad, 01001
ninez@refugiodelaninez.org.gt
Teléfono: +502 2251-1734



Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 16 de agosto de 2013

Licenciado
Leonel Dubón
Asociación El Refugio de la Niñez
Su Despacho.

Apreciable Licenciado, al saludarle fraternalmente nos comunicamos con usted antes que todo, para agradecer el apoyo prestado a esta coordinación del EPS de la Licenciatura, al abrir sus puertas a una de nuestras aspirantes al título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Sin ese apoyo, hoy no contaríamos con la experiencia de nuestra epesista ni con la posibilidad de egresar a una profesional más con el alto nivel que nuestra Alma Máter exige.

Al tiempo, enviamos esta misiva para dos objetivos fundamentales, a) agradecer el apoyo a nuestra epesista y notificarle que su práctica ha culminado, esperando haya sido de mucho apoyo a la institución que usted dirige y b) extender una cordial invitación para que usted o, en el entendido de su agenda apretada, un representante suyo nos pueda acompañar al acto de graduación de la Octava Promoción del EPS de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, a llevarse a cabo el próximo 9 de noviembre en el horario comprendido de 15:00 horas a 18:00 horas en el Aula Magna Iglú, ubicada en el Campus Central de nuestra Universidad.

Con el agradecimiento ante todo y nuestros mejores deseos porque sus actividades se realicen con resultados positivos, me suscribo de usted.

ID Y ENSEÑAD A TODOS

Deferentemente,



M.A. Marco Julio Ochoa España
Coordinador EPSL 2013.



cc. estudiante.



Recibido
[Handwritten signature]

Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfono: (502) 2418-8920
Telefax: (502) 2418-8910
www.comunicacionusac.org

Para los efectos legales únicamente el autor es responsable del contenido de este trabajo.

Dedicatoria

- A Dios:** Por darme la oportunidad de obtener este triunfo y guiarme a lo largo de mi camino.
- A mis padres:** María Cristina Sánchez, Victorino Godoy, por guiarme y motivarme que los sueños se pueden cumplir.
- A mis hermanos** Guinder, Vicky, Jennifer, por ser mi complemento perfecto, mí ejemplo a seguir ayudándome en las buenas y las malas. Saber que cuento con ellos me da confianza, son muy importantes en mi vida.
- A mis sobrinos** Emiliano y Bely, por ser la lucecita de mí camino, por ser mi alegría y mi diversión garantizada.
- A mis seres especiales** (H.G. y H.S) Que Dios, me los tenga a su lado. Gracias por acompañarme y guiarme desde donde estén.
- A mis amigos** Por compartir alegrías, conocimientos y tristezas, muy especialmente a Victoria Arriaga y Javier Medina por acompañarme en mis años de estudio, y motivarme a terminar este logro.

Agradecimientos

A la Universidad San Carlos de Guatemala

Por brindarme la oportunidad de llevar a cabo mi sueño de crecer profesionalmente.

A la Escuela de Ciencias de la Comunicación

Por ser mi centro de estudios.

A los Docentes

Por compartirme sus conocimientos en todos mis años de estudios, en especial al Master Marco Julio Ochoa.

A la asociación El Refugio de la Niñez y personal.

Por permitirme realizar mi práctica dentro de sus instalaciones, por la oportunidad y amistad que cada uno me brindó. Especialmente a Karen Revolorio, por todo el apoyo dado en el trascurso Ejercicio Profesional Supervisado.

Índice

Capítulo I

1	Anotaciones Preliminares.....	1
1.1	Introducción.....	1
1.2	Antecedentes	3
1.3	Justificación.....	5
1.4	Perfil Institucional	6
1.4.1	La institución.....	6
1.4.2	Ubicación Geográfica	6
1.4.3	Descripción de la Asociación “El Refugio de la Niñez”	6
1.4.3.1	Programa I: Abrigo y Protección Temporal	8
1.4.3.2	Programa II: Intervención Jurídica	10
1.4.3.3	Programa III: Fortalecimiento Familiar	11
1.4.3.4	Programa IV: Incidencia y Prevención.....	12
1.4.4.	Estructura Organizativa.....	12
1.4.5	Valores de la asociación en “El Refugio de la Niñez”	13
1.6	Objetivos Institucionales.....	14
1.6.1	<i>Objetivo General.</i>	14
1.6.2	Objetivos de los programas	14
1.7.	Misión Institucional	15
1.8	Visión Institucional.....	15
1.9	Planteamiento del Problema Comunicacional.....	16

Capítulo II

2.	Fundamentos Teóricos.....	17
2.1	Comunicación.....	17

2.2	Proceso comunicacional.....	18
2.3	Clasificación de la comunicación	19
2.3.1	La comunicación Intrapersonal.....	19
2.3.2	La comunicación Interpersonal	20
2.3.3	La comunicación Social.....	20
2.3.4	La comunicación masiva	20
2.3.5	La Comunicación No Verbal	22
2.4.	Organización	23
2.4.1	Tipos de Organización.....	24
2.4.1.1	Organización formal e informal:.....	25
2.4.1.2	Organización burocrática y orgánica.....	25
2.5	Comunicación Organizacional	25
2.5.1	La comunicación descendente	28
2.5.2	La comunicación ascendente	28
2.5.3	La comunicación Horizontal.....	29
2.5.4	La comunicación organizacional puede dividirse en Interna y externa.....	29
2.6	Imagen Corporativa	30
2.6.1	Condiciones propias de la imagen corporativa	31
2.6.2	Identidad Corporativa	31
2.6.3	Manual de Organización y Funciones.....	32
2.7	Actores de la comunicación.....	32
2.6.1	Medios de Comunicación	32
2.6.2	Audiencia	33
2.6.3	Audiencia acumulada	33
2.6.4	Público	33
2.6.5	Redes sociales.....	34
2.7	Estrategia	35

Capítulo III

3.1	El Diagnóstico	36
-----	----------------------	----

3.1.1 Definición del problema de comunicacionales:	36
3.1.2 Qué Origina los problemas:	37
3.1.3 Qué consecuencias produce:	37
3.2 Objetivos del Diagnóstico	37
3.2.1 Objetivo General	37
3.2.2 Objetivos Específicos	38
3.3 Diagnóstico Cualitativo	38
3.4 Diagnóstico Cuantitativo	39
3.5 FODA	50
3.6 Árbol del problema	51
3.7 Resultados del diagnóstico (Matriz con indicadores)	52

Capítulo IV

4.1. Estrategia comunicacional	53
4.1.1 Propuesta Comunicacional Organizacional.....	53
4.1.2 El fortalecimiento de la imagen corporativa y la comunicación interna estará dirigida para:	53
4.1.3 Lo que se dar a conocer:.....	53
4.1.4 Materiales comunicacionales que fomenten la imagen corporativa de la asociación “El Refugio de La Niñez”	54
A. Propuestas Interna.....	55
A.1 Pizarra Informativa	55
A.2 Rotulación de oficinas.....	57
B. Propuesta externas.....	58
B.1 Nueva sección en la de página web.....	58
4.2 Objetivos de la Propuesta.....	68
4.2.1 Objetivo General	68
4.2.2 Objetivos Específicos	68
4.3. Misión	68
4.4. Visión.....	69
4.5. Elementos comunicacionales a utilizar en su propuesta	69

4.6 Cronograma de Estrategia.....	70
4.7 Proyección de la inversión.....	71
4.8 Conclusiones.....	74
4.9 Recomendaciones.....	75

Anexos

a. Estructura Organizativa.....	76
b. Estructura de comunicación	77
c. Mapa de la cobertura de El Refugio de la Niñez.....	78
d. Notas Realizadas para boletines institucionales.....	79
e. Spot radial para campaña de prevención	80
f. Encuesta realizada.....	82
g. Trifoliar para campaña de riesgos en la red (delitos informáticos)	84
Bibliografía.....	85
Electrografía.....	88

Capítulo I

1 Anotaciones Preliminares

1.1 Introducción

La importancia de la presente propuesta de comunicación organizacional tiene como fin fortalecer la imagen corporativa de la Asociación El Refugio de la Niñez. Organización que trabaja por los niños, niñas y adolescentes que han sido víctimas de violencia sexual, explotación infantil y trata de personas; con el afán de contribuir a los programas de prevención.

El objetivo de la investigación fue conocer el funcionamiento, del área de comunicación con el propósito conocer cómo se desarrolla todas las áreas que tiene relación con la comunicación interna y externa dentro de la asociación.

Se encontraron oportunidades de mejora derivadas del diagnóstico. La primera, fue la buena relación que mantienen con los medios de comunicación, mostrando el interés que se tiene de los temas que trabaja la asociación, evaluando cómo se proyecta la asociación a través de mostrar los resultados obtenidos y los avances de los mismos.

La segunda fue el débil y escaso acceso que tiene la población a recibir información sobre temas de prevención, lo cual hace que el trabajo por realizar deba ser efectivo, a pesar de los recursos limitando la labor de prevención debe alcanzar a más ciudadanos.

Tomando como base estos resultados, se presenta una propuesta de comunicación organizacional que fomente la imagen corporativa y contribuya en la promoción de los Derechos Humanos en la niñez y adolescencia.

Para establecer una alternativa de comunicación, que apoye al objetivo de mejorar las capacidades técnicas implementadas en un diseño que establezca alternativas digitales a nuevas audiencias. Todas las actividades diseñadas tiene la oportunidad de mejorar en las debilidades encontradas.

Para el fortalecimiento de comunicación interna, dentro de la asociación se plantea mejorar la utilidad de las pizarras informativas, con el propósito de llevar el lema de la asociación y la utilización de su logo institucional, así como colocar la rotulación correspondiente en cada oficina dentro de las instalaciones.

Para las nuevas audiencias, se contempló una serie de actividades en un nuevo segmento dentro de la página web que tiene la asociación, en donde se propone la implementación de segmentos de ayuda o consulta a profesionales. Que la población cuente con acceso a material didáctico previamente seleccionado, promover el voluntariado para fortalecer los programas de prevención.

1.2 Antecedentes

La comunicación sigue siendo el proceso mediante el cual se puede transmitir información de una persona a otra. Los procesos y los tipos de comunicación, encuentra que la comunicación organizacional, es una herramienta que permite relacionar los problemas e intereses dentro de una organización. Reconocer y desarrollar y mejorar habilidades dando un buen desempeño de sus funciones.

La comunicación organizacional puede ser interna o externa. La interna nos brinda herramientas, para que la organización obtenga mejores resultados, un mejor aporte laborar puede ayudarse, realizando el propósito de la misma, cuándo un empleado tiene buena relación dentro de la empresa puede valorarla como propia, haciendo público los logros. Motiva a los empleados, porque se reconoce públicamente el desempeño de sus labores.

La externa es la imagen de la institución que se quiere dar a conocer. Elaborar un proyecto de comunicación organizacional en el que el mejoramiento de la imagen sea posible, implica una serie de pasos. En los que la imagen corporativa muestra una cara nueva a la institución, consolidada y hace que su labor de su labor tenga reconocimiento.

“Cuando elaboramos un proyecto de comunicación debemos tomar en cuenta las personas que van a participar y las funciones que van a realizar”. (Ovalle, 2011, pág. 66)

En la actualidad, se vive en una época en donde la imagen de una empresa genera elementos que hacen que ella pueda distinguirse. El logotipo y el eslogan logran posicionarse en la mente de las personas y esto ayuda a que ella pueda ser

identificada y que en el caso de organizaciones no lucrativas, puedan dar a conocer su trabajo

Según (Pérez 2006 pág. 31) "La adopción de una estrategia, la coherencia entre el mensaje implícito y explícito, y la comunicación cara a cara son los factores ineludibles de éxito en una empresa. La comunicación no es una estrategia de mercadeo, es un valor institucional".

1.3 Justificación

La presente propuesta pretende contribuir en materia de comunicación, a ser un eje de la construcción colectiva de opciones que se pueden utilizar para facilitar la comunicación, fomentando y desarrollar alternativas que brinden herramientas que busquen mejorar el desempeño de los programas de prevención, sensibilizando a la población en los temas de violencia sexual, explotación y trata de personas

El Refugio de la Niñez es una organización no gubernamental que trabaja en la Defensoría de los Derechos Humanos de la Niñez y Adolescencia. La mirada hacia diversos escenarios sociales donde desde su quehacer influirán dentro de una sociedad para enriquecerla, transformarla.

La imagen, es un valor agregado que puede trascender en cómo se proyecta o cuales son los proyectos que desarrollan. Dentro de la institución, inyecta identidad, personalidad y significados propios y exclusivos al fortalecer la imagen a través de buscar un reconocimiento, proyectando confianza e identificación, de la labor que se realiza.

Para brindar una imagen más visual, en la página web que sea más amena e interesante a la población, las redes sociales como medios de propaganda de campañas futuras. La imagen que proyecta la asociación es confiable, lo que hace que los medios acudan a ella como fuente confiable de información.

En este contexto, se pretende desarrollar una cultura de prevención que le permitan generar credibilidad, confianza, precisión convencimiento a un público de diversos ambientes y condiciones sociales, religiosas y culturales.

1.4 Perfil Institucional

1.4.1 La institución

Asociación “El Refugio de la Niñez” ONG

1.4.2 Ubicación Geográfica

4ª avenida 10-52 zona 9.

Ciudad de Guatemala

Guatemala C.A. 01009

Teléfono (502) 23340806

Email. ninez@refugiodelaninez.org.gt

1.4.3 Descripción de la Asociación “El Refugio de la Niñez”

La Asociación “El Refugio de la Niñez”, es una Organización No Gubernamental que fue instituida por un grupo interdisciplinario de profesionales que laboraron para “Casa Alianza Guatemala”, por más de 18 años. La experiencia, conocimientos y compromiso ante la compleja situación de violación y vulnerabilidad de los derechos humanos de la niñez y adolescencia, forjaron una iniciativa importante para la dignificación de la vida de niños, niñas y adolescentes víctimas de violencia sexual, explotación y trata de personas.

Al cerrar los programas de “Casa Alianza” en el país, en la mayoría de los casos de la población existente en ese momento fue reintegrada con su familia. Sin embargo, a finales de abril, veintiún niñas y dos bebés, cuyos problemas eran sumamente complejos, no tenían o no podían regresar con su familia y los

hogares, que habitualmente reciben niñas, incluso la Secretaría de Bienestar Social de la Presidencia, no contaban con espacios para su recepción y atención.

Es precisamente con este grupo de adolescentes y bebés que se inicia en abril de 2009, el Programa de Protección y Abrigo Temporal de la Asociación “El Refugio de la Niñez”, contando con el apoyo de Kinderhilfe Alemania, Plan Guatemala, y La Oficina de Naciones Unidas para la Infancia (**UNICEF**), como contrapartes importantes para la Asociación “El Refugio de la Niñez” como una organización civil cuyo propósito es trabajar a favor de la niñez y la adolescencia.

En los años 2009 y 2010 “El Refugio de la Niñez”, contó dentro de su programa de Abrigo y Protección Temporal, con un albergue con capacidad para 24 adolescentes, víctimas de violencia sexual, explotación y trata de personas.

Procurando darle una atención más especializada se apertura en enero del 2011, un segundo albergue, al primero se le llamó “Lazos de Amor”, atendiendo a niñas y adolescentes víctimas de Violencia Sexual. Al segundo albergue, se le denominó “Amor sin Fronteras” con un perfil de atención a niñas y adolescentes; víctimas de explotación y trata de personas, con una capacidad de albergar a 25 adolescentes.

En el año 2009, se hizo necesaria la apertura de un segundo programa, que se le denominó “Fortalecimiento Familiar”, derivado de la condición bajo la cual se reintegran los niños y niñas, así como de las diferentes problemáticas que presentaban motivó y su función es dar seguimiento familiar a niños, niñas y adolescentes egresados de quienes culminan el proceso en el albergue. Durante los años de 2009, 2010 y 2011, se ha brindado seguimiento a más de 300 casos reintegrados a sus familias y comunidades. Así como algunos casos de Casa Alianza.

El tercer programa, también creado en el año 2009 por la imperante necesidad de brindar seguimiento a los procesos penales, se crea el Programa de Intervención Jurídica, mismo que ha logrado acumular más de 150 procesos penales en contra de victimarios. Ha obtenido 12 sentencias, entre las más destacadas los casos Camotan, Chiquimula, donde fueron sentenciadas dos personas a 50 años de prisión, por el asesinato de una niña de ocho años.

En el año 2010 fue necesaria la creación del programa de Prevención e Incidencia, para la región nor-oriente de Guatemala. Por la naturaleza de los problemas de la población atendida y su situación legal, se inició el programa de Intervención Jurídica, el cual da seguimiento a los casos penales y civiles que inicialmente traían las niñas.

En el año 2011, el Director Ejecutivo de la asociación fue reconocido por el Departamento de Estado de Estados Unidos de Norte América, como Héroe Internacional, por la creación de El Refugio de la Niñez y la lucha de esta asociación contra la explotación y trata de niños y niñas en Guatemala.

El Refugio de la Niñez ha definido un conjunto de cuatro programas para alcanzar el propósito establecido desde su creación. Estos son:

1.4.3.1 Programa I: Abrigo y Protección Temporal

El programa de Protección y Abrigo temporal, cuenta con dos albergues que brindan atención las 24 horas donde se provee un lugar seguro y de resguardo, a todas aquellas adolescentes comprendidas entre 12 a 17 años de edad, que son referidas por el sistema de protección jurídico y social (Procuraduría General de la Nación, Ministerio Público, Secretaria Contra la Violencia sexual, Explotación y

Trata de Personas, Ministerio de Relaciones Exteriores y Secretaria de Bienestar Social).

Quienes deben obtener la orden correspondiente del juez competente para que el albergue pueda brindar la protección requerida. El modelo está basado por su naturaleza en cuatro (4) niveles de atención integral que son:

- Integración.
- Reconocimiento.
- Fortalecimiento.
- Consolidación.

En cada uno de los niveles se desarrollan acciones encaminadas al retorno de las adolescentes a su ambiente familiar seguro. Vale la pena mencionar que paralelamente se desarrolla un plan de tratamiento con la familia para garantizar que las actitudes que propiciaron el distanciamiento familiar no se presenten de nuevo.

La metodología de atención del programa está inspirada en dos modelos internacionales de atención que son:

- El modelo de la comunidad terapéutica
- El modelo de acogimiento familiar (sustentado en las directrices de cuidado alternativo, emitidas por Naciones Unidas en el año 2009).

Existen tres componentes determinantes en la estructura terapéutica del Programa de Abrigo y Protección temporal que son:

- Diagnóstico.

- Plan de Tratamiento.
- Proyecto de Vida.

Es importante resaltar que esta estructura permite desarrollar acciones que ayuden al proceso de reinserción social de las niñas y adolescentes.

1.4.3.2 Programa II: Intervención Jurídica

La ley de Protección Integral de la Niñez y Adolescencia regula que la protección integral de las niñas, niños y adolescentes deberá realizarse a nivel social, económico y jurídico, por esa razón en “El Refugio de la Niñez”.

El Programa de Intervención Jurídica es fundamental en el proceso de la restitución de derechos que han sido violentados, para lo cual se da lo que la ley establece como “El proceso de Medidas Protección de abrigo temporal” el cual dicta un juez de niñez y adolescencia o en su defecto, cuando fuera en horas inhábiles, un juez de paz. Sin embargo, le corresponde al juez de paz notificar a la Sala de la Niñez y Adolescencia para que se le asigne un juez de niñez.

Proceso de Protección y Abrigo Temporal:

Este proceso es de abrigo y protección a las víctimas de violación a derechos humanos.

Proceso de Persecución Penal:

Este proceso va encaminado a la persecución penal de delitos cometidos contra los niños, niñas y adolescentes. Es importante mencionar que además del proceso de Medida de Protección de Abrigo Temporal, en la mayoría de los casos se inicia

un proceso de persecución penal en contra de quienes han violado los derechos de las niñas y/o adolescentes que se atienden. Esto se hace para apoyar el proceso de las denuncias. Se brinda también el seguimiento respectivo para contribuir a la penalización y condenas en contra de los responsables de cometer delitos en contra de menores de edad.

1.4.3.3 Programa III: Fortalecimiento Familiar

El programa de Fortalecimiento Familiar trabaja con niñez, adolescencia, familias y la comunidad, a través de estrategias de intervención, con un equipo multidisciplinario. Realiza diagnósticos preliminares que dirigirán la investigación social y permitirá ampliar la información que contribuirá a trabajar el plan de tratamiento y el proyecto de vida que dará la alternativa al proceso de reinserción socio-familiar.

Este programa promueve la convivencia pacífica y restitución de derechos familiares y sociales que le han sido violentados a la niñez y adolescencia. Se fundamenta en “El modelo de acogimiento familiar”, como pilar fundamental.

Desarrolla acciones de forma ambulatoria para que a través de la Escuela de Padres y los Grupos de auto ayuda, las familias reconozcan, identifiquen y trabajen los aspectos que les ha llevado a la separación de sus hijos o hijas, en la búsqueda del reencuentro familiar de forma exitosa.

Estrategias: Promover y fortalecer el bienestar individual y familiar de niñez y adolescencia víctima de violencia, explotación y trata de personas mediante su integración familiar y social, a través de: Investigación Social, Diagnóstico Social, Acompañamiento a procesos de niñez acompañamiento a familias, interacción con líderes comunitarios

1.4.3.4 Programa IV: Incidencia y Prevención

El programa de Incidencia y prevención es el más joven de los programas, aunque inicialmente se le denominó Programa de Intervención Comunitaria, sin embargo, por los niveles de incidencia a nivel nacional, departamental, municipal y comunitario, fue necesaria la transformación del mismo. “El Refugio de la Niñez” desarrolla acciones de prevención en Alta Verapaz, Baja Verapaz, Izabal, Quetzaltenango y Guatemala.

En cada una de las regiones se trabaja en coordinación con los sistemas de protección local, en la búsqueda de garantizar la protección de la niñez en comunidades de riesgo o expulsoras.

Los Grupos meta son: Líderes comunitarios, estudiantes de nivel medio, operadores de justicia, padres de familia.

Áreas de intervención de los programas: Educativa: formal e informal: psicológica: individual, grupal, especializada, atención en crisis psiquiátrica salud: preventiva y curativa espiritual.

1.4.4. Estructura Organizativa

1. Asamblea
2. Junta Directiva
3. Dirección Ejecutiva
 - Dirección de Desarrollo y Cooperación.
 - Dirección de Programas.
 - Dirección Administrativa.
 - Dirección Financiera.

1.4.5 Valores de la asociación en “El Refugio de la Niñez”

Valores: Valores Impulsores de El Refugio de La Niñez de manera explícita. El Refugio de La Niñez, establece como valores impulsores que guían y animan el trabajo organizativo, las siguientes concepciones:

Dignificación: Todas las niñas, niños y adolescentes tienen derecho al bienestar, a la felicidad, al amor, al respeto y a una vida digna.

Servicio: El Refugio de La Niñez se caracteriza por tener personal con convicción y vocación de servicio, orientado a brindar su atención con amor, comprensión y cuidado.

Compromiso: Asumimos la responsabilidad como persona humana, profesional y agente de cambio al momento en que el niño, niña o adolescente necesita del apoyo y acompañamiento en su proceso de desarrollo integral, ya sea dentro o fuera de la institución.

Confidencialidad: Resguardar de manera responsable y privada, el registro y la historia de vida de cada adolescente atendida en el Refugio de la Niñez, respetando su dignidad individual y familiar.

Transparencia: Toda gestión administrativa, programática y financiera que El Refugio de La Niñez realiza se fundamenta en principios éticos y morales para el desarrollo.

Población que se atiende (perfil de población Residencial)

El Programa de Protección y Abrigo Temporal atiende a niñas y adolescentes entre 12 a 18 años, víctimas de violencia sexual, explotación y o trata de personas, referidas por orden de juez o en forma voluntaria.

1.5 Delimitación de la Investigación

- ❖ Empleados de El Refugio de la Niñez.
- ❖ Medios de comunicación.
- ❖ Página Web y en las Redes Sociales.
- ❖ Amigos y voluntarios. Niñas, y adolescentes. Padres de familia.(que vean los progresos de la asociación así como de sus avances como institución).

1.6 Objetivos Institucionales

1.6.1 Objetivo General.

“Proteger y garantizar el pleno goce de los derechos humanos de niñez y adolescencia en situación de violencia, explotación y trata”.

1.6.2 Objetivos de los programas

Programa I: Abrigo y Protección Temporal

Objetivo:

Garantizar la integridad física y emocional de niñez y adolescencia centroamericana en Guatemala víctima de violencia, explotación y trata de personas mediante un proceso de atención integral restituyendo sus derechos.

Programa II: Intervención Jurídica

Objetivo:

Contribuir a la aplicación de la justicia para la niñez y adolescencia víctima de violencia, explotación y trata de personas mediante asesoría y procuración legal, y reducir los niveles de impunidad.

Programa III: Fortalecimiento Familiar

Objetivo:

Promover y fortalecer el bienestar individual y familiar de niñez y adolescencia víctima de violencia, explotación y trata de personas mediante su integración familiar y social.

Programa IV: Incidencia y Prevención

Objetivo:

Prevenir y disminuir los niveles de violencia, explotación y trata que afecta a los niños, niñas y adolescentes en comunidades de riesgo en Guatemala, mediante la sensibilización e incidencia.

1.7. Misión Institucional

Contribuimos en la promoción de los derechos humanos y su restitución en la niñez y adolescencia víctima, sobreviviente y en riesgo de violencia sexual, explotación y trata de personas; a través de la atención integral especializada, el acompañamiento y fortalecimiento de vínculos familiares, la sensibilización, información, formación e incidencia, la denuncia, asesoría legal y litigio de casos en procesos de protección, penales y estratégicos para lograr cambios en la adecuada atención de la problemática.

1.8 Visión Institucional

Aspiramos a una sociedad sensibilizada y consciente de la problemática de violencia sexual, explotación y trata de personas; con un sistema de protección jurídico-social garante y funcional, trabajando con enfoque de derechos, pertinencia cultural e igualdad de género; donde la niñez y adolescencia en general, así como las víctimas, sobrevivientes y sus familias, estén empoderadas y restituidas en sus Derechos Humanos.

1.9 Planteamiento del Problema Comunicacional

Como requisito para optar al título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación se realizó un diagnóstico comunicacional, previo a desarrollar una propuesta de comunicación, en la Asociación “El Refugio de la Niñez”. Organización que trabajan con el fin primordial de contribuir con la restitución de los derechos humanos, en víctimas, sobrevivientes de violencia sexual, explotación y trata de personas.

Fue hasta principios de este año luego de tres años que se contrató a una persona quien es la encargada de coordinar y asesorar la parte de comunicación. Esta función anteriormente se coordinaba de manera diferente y era realizado, por diferentes personas de la misma institución.

Entre sus tareas esta coordinar y dirigir la información que se agrega a la página web, manejar la página de Facebook, así mismo coordinar toda la información que es transmitida a medios de comunicación en comunicados de prensa y por medio de conferencias de prensa en las que la asociación participa,

Luego de observar los recursos con que se cuenta para realizar el trabajo, en el área de comunicación y los altos costos en materia de publicidad, se decidió investigar una **“Propuesta de comunicación organizacional para el fortalecimiento de la imagen corporativa de la asociación “El Refugio de la Niñez”**

Con esta investigación se busca fortalecer la imagen corporativa a través de la implementación de una nueva sección dentro de la página web de la asociación que sea un poco más visual, amena tanto para los niños y adolescentes; brindamos nuevas herramientas para crear una mejor conciencia en las personas sobre los programas de prevención.

Capítulo II

2. Fundamentos Teóricos

2.1 Comunicación

Gonzales D. (2003 pág.8) La palabra comunicación viene del verbo comunicar, que deriva del latín COMUNICARE, que significa puesta o poner en común. En su acepción más general, comunicación es la acción y efecto de hacer a otro participe de lo que uno tiene, descubrir, manifestar o hacer a otro saber a cada uno alguna cosa, consultar, conferir, con otros un asunto, tomando su parecer.

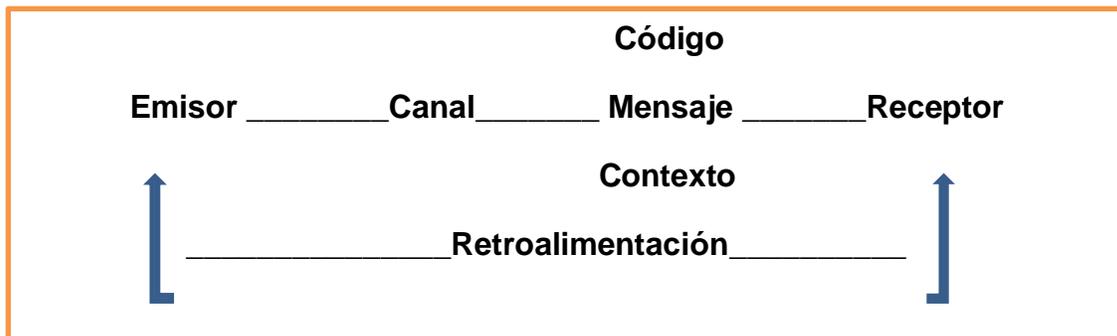
“La comunicación es el oxígeno de la sociedad; es el elemento a través del cual el hombre ha hecho posible el avance científico; tecnológico y en todos los órdenes de la vida” (Interiano, 1997, pág. 9).

Para Martínez, (1998 pág. 12) La comunicación “Se puede definir como un proceso por medio del cual una persona se pone con contacto con otra a través de un mensaje, y espera que esta ultima de respuesta sea esta una opinión, actitud o conducta. En otras palabras, la comunicación es una manera de establecer contacto con los demás por medio de ideas, hechos pensamientos y conductas, buscando una reacción al comunicado que se ha enviado, para cerrar así el círculo.”

“El acto comunicativo empieza con la vida misma y asume formas diversas y complejas; desde la comunicación celular y vegetal, pasando por la comunicación animal, hasta los sofisticados medios masivos de comunicación humana”. (Gonzales A. 1990, pág.11).

2.2 Proceso comunicacional

Para Gonzales (2003) para que se dé el proceso de la comunicación, deben existir varios elementos que se encuentren relacionados entre si. Dentro de ellos podemos mencionar, El comunicador, el receptor, el canal, el código, el contexto y el retorno.



(Interiano, 1997, pág. 11)

(Interiano 1997) Plantea una descripción para cada uno de los elementos que integran el proceso de comunicación.

- Comunicador: el llamado también Emisor, es quien emite o envía un mensaje. Del comunicador depende en gran medida que los mensajes que envía sean correctamente descodificados por quienes los reciben.
- Perceptor: es quien recibe el mensaje enviado por el comunicador. Es llamado también "receptor", por los teóricos de la información. El perceptor capta, almacena, analiza, sintetiza y da respuesta a los mensajes que recibe.

- Mensaje: el mensaje es la información que deseamos transmitir, el conjunto de ideas, pensamientos, sentimientos que el emisor o comunicador envía al receptor.
- Canal: es el medio a través del cual se transmiten los mensajes. Por esa razón puede llamarse también simplemente "medio".
- Código: es el conjunto estructurado de signos, en base a ciertas leyes propias, utilizando para la elaboración de mensajes. Cuando se afirma que es un conjunto estructurado nos estamos refiriendo a que los o mismos deben cumplir con ciertas leyes de selección y combinación, las cuales han sido sugeridas o establecidas socialmente.
- Contexto: es el marco socio-económico y cultural donde se difunden los mensajes debe ser elaborado especialmente para ser transmitido a receptores que pertenezcan a un contexto determinado. Esto significa que, en la elaboración y transmisión de un mensaje debemos considerar el contexto al cual se dirige dicho mensaje.
- Retorno: es el proceso mediante el cual se da una respuesta a los mensajes recibidos. Se le llama también retroalimentación, respuesta o "feed back". Dicha respuesta puede darse, utilizando el mismo código y canal o con códigos y canales distintos.

2.3 Clasificación de la comunicación

2.3.1 La comunicación Intrapersonal

"Llamamos comunicación intrapersonal al tipo de relaciones que se llevan a cabo dentro de nuestro cuerpo. Es evidente que el cuerpo humano es una extensa y

complicadísima red de emisión y recepción de mensajes". (Interiano, 1997, pág. 33).

Para (Gonzales D. 2003 pág. 23) Es aquella que se lleva a cabo en el interior del hombre y puede estar determinada por la forma de pensar, actuar y comportarse de una persona. Estas formas de pensar están determinadas por el cerebro y la medula espinal las cuales regulan las funciones matrices del cuerpo humano.

2.3.2 La comunicación Interpersonal

La comunicación humana es esencialmente social e interpersonal y para ejemplificar esto basta con encontrarnos por la calle con otra persona e intercambiar con ella un saludo cotidiano. La comunicación interpersonal es la llave que abre los caminos de las relaciones humanas, de la convivencia entre los individuos, del progreso y desarrollo social, (Interiano, 1997, pág. 41).

2.3.3 La comunicación Social

"La comunicación como un proceso de interacción humana no puede ser concebida fuera de los naturales mecanismos de regulación y autorregulación grupal, la comunicación en sí misma, constituye una forma de regulación social por cuanto que es el instrumento que permite e impulsa el desarrollo de cualquiera de los ámbitos sociales". (Interiano, 1997, pág. 53).

2.3.4 La comunicación masiva

Para (Alonso, 1990, pág. 33) Los medios masivos de comunicación encarnan una peculiaridad de la época que vivimos y su desarrollo ha sido paralelo al de la sociedad.

Los vertiginosos cambios a que está expuesta y que persigue la civilización contemporánea, acompañados de la constante innovación tecnológica y de la

elevación del nivel cultural económico del individuo promedio, son otras características relacionadas con los medios masivos de comunicación.

Según (Gonzales D. 2003 pág. 29-30) Se da a través de los diferentes medios de comunicación, tanto escritos como radiales y televisivos, de allí el nombre de medios de comunicación masiva.

“La comunicación de masas, ya no se caracteriza por depender de mecanismos y decisiones individuales o de pequeños grupos sino por un proceso dependencia y determinación de estructuras sociales, políticas económicas. “La comunicación de masas es un fenómeno que si bien tienen características generales, debe analizarse en términos de la realidad específica en cual existe“.

La comunicación masiva tiene varias características dentro de las que podemos mencionar:

- ❖ Se produce a la distancia.
- ❖ Está dirigida a grupos desconocidos.
- ❖ Esta dirigida a grupos heterogéneos.
- ❖ Los mensajes se transmiten en forma pública. a menudo a una hora determinada.
- ❖ Los mensajes son de manera transitoria (notas de periódico).
- ❖ Tienden a uniformar el mensaje o sea a que todos se enteran de un suceso, de igual forma.
- ❖ El comunicador suele pertenecer a una organización. compleja (sindicatos. Gobierno, etc.).
- ❖ Estandariza el comportamiento y las decisiones de las personas hacia una situación o vivencia determinada.
- ❖ Es creadora de la opinión pública.

2.3.5 La Comunicación No Verbal

“La comunicación entre dos personas no se limita a los intercambios de la naturaleza verbal (hablar). Incluso en el marco de la comunicación hablada la significación puede ser desviada por elementos de naturaleza paralingüística, tales como las entonaciones, las mímicas y los gestos”.

(Interiano, 1997, pág. 54)“Un alto porcentaje de los flujos comunicativos que enviamos los seres humanos son de origen no verbal. Esto significa que no es solamente el lenguaje verbal el instrumento utilizado en la comunicación social. Son también, con mayor o menor importancia según sea el caso, muy útiles las otras formas de comunicación paralingüística, que contribuyen a reafirmar, acelerar o mantener la comunicación verbal. Sea esta oral o escrita”.

En otras palabras las personas no hablan solamente con palabras, sino también con el cuerpo, con los objetos, y con la organización de su espacio y tiempo. (Gonzales D. 2003 pág. 33).

Interiano, menciona que Jurger Ruesch y Weldom Keys dividen las comunicaciones no verbales en:

- a. Lenguaje de signos.
- b. Lenguajes de acción.
- c. Lenguajes de objetos.
- d. Lenguaje espacial.

(Herrera, 2003, págs. 22-23) Existen también:

- a. **Comunicación de elite:** esta va dirigida a determinado grupo social con fines específicos.
- b. **Comunicación perfecta:** Aquella en que tanto la codificación como la decodificación responden a un criterio único y totalmente conocido por el emisor y receptor.
- c. **Comunicación Interna:** se refiere a aquella que tiene un interés solo para determinado sector de diferente clase y proceso, de interés restringido para el personal de una comunidad política. Religiosa, militar, laboral etc.
- d. **Comunicación Comercial:** es del más diverso contenido y destinatario. En la mayoría de los casos es aquella que realiza una empresa para el desarrollo de sus actividades, y que efectúa a través de todos los medios y de todas sus técnicas clasificadas entre los interesados; Publicidad y Relaciones Publi

2.4. Organización

(Pérez Rivera, 2006, págs. 49-50) Se puede conceptualizar como “un sistema diseñado para lograr metas y objetivos predeterminados por medio de la gente y otros recursos que emplean.

Las organizaciones son sistemas grandes compuestos de subsistemas interrelacionados, en donde las culturas y subculturas organizacionales influyen la manera en que se interrelaciona la gente en los diferentes subsistemas. El significado de la conceptualización de organizaciones como sistemas complejos estriba en que los principios de sistemas permiten adentrarse en la manera en la que trabajan las organizaciones.

Aguer (2005 pág.17) se refiere a organización. "Cuando se dice que una determinada empresa tiene una organización muy flexible, se está hablando de la estructura y funcionamiento de las organizaciones, mientras que si se habla de una empresa como una organizacional al servicio del consumidores, el término organización viene a identificarse con el termino de empresa. De aquí podemos deducir que todas las empresas tienen organizaciones pero no todas las organizaciones son empresas".

(Gilli, 2011, pág. 27) Menciona a Argyris (1967) quién definió: la organización como "una pluralidad de partes que se mantienen entre sí a través de su interrelación adaptándose al mismo tiempo al medio ambiente externo".

Componentes del diseño organizativo

(Gilli, 2011, págs. 36-38) El diseño de organizaciones procura la adaptación del medio interno al externo, definiendo los canales de interrelación y las funciones internas necesarias para la transformación de los insumos en salidas del sistema.

El diseño permite a las organizaciones generar estructuras y procesos nuevos en función de las exigencias del contexto y de las estrategias. En consecuencia implica la forma en que se administraran las transiciones de la organización para pasar de estados actuales a los futuros.

2.4.1 Tipos de Organización

Según Aguer (2005 págs. 19-20) entre los tipos de organización podemos mencionar:

2.4.1.1 Organización formal e informal:

La comunicación formal: como un sistema de actividades o fuerzas conscientemente coordinadas de dos o más persona.

Comunicación informal: no puede ser planificada ni estructurada, lo único que debe hacerse es conocerla tan bien como se pueda y tratar que funcione a favor de la organización.

2.4.1.2 Organización burocrática y orgánica

(Aguer 2005 págs. 20) Las organizaciones burocráticas se centran en que son estables, gozan de una estructura de autoridad jerárquica, la comunicación es vértice, al, la toma de decisiones está centralizada en los niveles altos, el origen de la responsabilidad reside en el puesto de trabajo, etc...

Orgánicas son más dinámicas, su estructura de la autoridad es por medios múltiples e interacción interpersonal, la comunicación va en todos los sentidos de la organización es decir, vertical, horizontal y diagonal, la toma de decisiones es descentralizada en toda la organización.

2.5 Comunicación Organizacional

La comunicación organizacional como el entramado de mensajes formados por símbolos verbales y signos no verbales que se transmiten diádicamente y de manera seriada dentro del marco de la organización. (Ansede, 2010 págs.2-3). De la definición anterior destacamos los siguientes aspectos

1. La comunicación organizacional se estructura por medio de mensajes. Una cadena comunicativa, se articula mediante una serie de eslabones: los mensajes que se producen entre dos sujetos. Es obvio que en la organización hay muchos mensajes circulando a través de soportes escritos o técnicos.

2. La comunicación organizacional se compone de elementos verbales y no verbales. Indicadores comunicativos verbales, compuestos por los signos lingüísticos. Parece que este tipo de mensajes conforman una tercera parte de la comunicación. Indicadores comunicativos no verbales. Transmiten aproximadamente los dos tercios de los contenidos comunicativos.

.

Por tanto, resulta evidente que el componente no verbal de nuestras comunicaciones es más relevante que el simple lenguaje.

3. La comunicación organizacional se transmite de manera diádica o seriada. El proceso abarca, pues, las interacciones cara a cara de dos sujetos así como las cadenas formadas por la adición de varias interacciones.

4. La definición propuesta se centra exclusivamente en aquellas comunicaciones que se producen dentro de la organización (comunicación interna) y que, afectan a las relaciones que mantienen sus miembros.

Para Martínez (1998) "La comunicación organizacional es el proceso mediante el cual un individuo o una de las sub partes de la organización se pone en contacto con otro individuo y otra sub parte". Recordando que la comunicación tiene una intención y un propósito. Estos mensajes se pueden dividir en Redes de comunicación organizacional. Veamos brevemente cada una de ellas.

Sandoval (2010) se refiere a la comunicación organizacional "Esta se centra en el análisis, diagnóstico, organización y perfeccionamiento de las complejas variables

que conforman los procesos comunicativos en las organizaciones, con el fin de mejorar la interrelación entre sus miembros, entre éstos y el público externo y así fortalecer y mejorar la identidad y desempeño de las entidades”.

En otras palabras, es un género comunicacional que por su forma y contenido intenta personalizar, distinguir y hacer conocer a una institución.

Quintanilla (2010) menciona en su trabajo acerca del fenómeno de comunicación que tiene lugar en las organizaciones de Latinoamérica y de Guatemala.

Situación actual de la comunicación organizacional en América Latina

En los últimos años la comunicación ha dejado de ser solamente medios masivos y publicidad, en la actualidad se convierte en toda una serie de aplicaciones que han empezado a cobrar auge en el entorno de organizaciones sociales o comerciales.

Como consecuencia, las grandes empresas y corporaciones han empezado a implementar y utilizar estos mecanismos y conocimientos en su beneficio, desde la parte interna de la estructura que manejan, hasta el exterior en la imagen que proyectan.

Situación actual de la comunicación organizacional en Guatemala

Quintanilla menciona en su informe a Pérez (2006 pág. 1) La experiencia laboral de muestra que en el medio empresarial de Guatemala no se aplican técnicas de comunicación que mejoren su relaciones direccionales, debido al desconocimiento y al grado de improvisación, aspectos que obviamente no permiten a la empresa disponer de una mejor proyección ante su público interno y externo.

Dicha investigación también reveló que la falta de comunicación bilateral provoca rumor, el cual muchas veces es infundado, provocando serios daños emocionales y laborales en el personal.

Sandoval (2010 pág. 1-2) Este concepto se refiere a la idea que toda la sociedad humana comenzaría a transformarse debido a la velocidad de las comunicaciones, y se volvería al estilo de vida de una aldea, es decir, el progreso tecnológico haría que todas las personas del planeta empezaran a conocerse los unos a los otros y a comunicarse de manera instantánea directamente.

Y es que, en efecto, de acuerdo a la experiencia, los avances tecnológicos si bien son positivos para la sociedad optimizan tiempo, recursos y amplían el horizonte del conocimiento.

2.5.1 La comunicación descendente

Sirve para enviar los mensajes de los superiores a los subordinados; uno de los propósitos más comunes de estos comunicados es proporcionar las instrucciones suficientes y específicas de trabajo: "quién, debe hacer que, cuándo, cómo, dónde, y por qué".

2.5.2 La comunicación ascendente

Es la que va del subordinado a hacia los superiores. El principal beneficio de esta comunicación es ser el canal por el cual la administración conoce las opiniones de los subordinados, lo cual permite tener información del clima organizacional en esos ámbitos.

2.5.3 La comunicación Horizontal

Se desarrolla entre personas del mismo nivel jerárquico. La mayoría de los mensajes horizontales tienen como objetivo la integración y la coordinación del personal de un mismo nivel. (Pág., 22-23)

2.5.4 La comunicación organizacional puede dividirse en Interna y externa

Ansele, (2010 pág. 3) "La definición propuesta se centra exclusivamente en aquellas comunicaciones que se producen dentro de la organización (comunicación interna) y que, afectan a las relaciones que mantienen sus miembros".

Estas orientaciones afirman que la comunicación interna, las relaciones públicas y la publicidad tendrían que abandonar su aislamiento para integrarse en una estrategia común de la organización.

Sandoval (2010 pág.6) La Comunicación Externa: Esta tiene que ver con los públicos externos, es decir, consumidores, representantes o distribuidores, proveedores, agencias gubernamentales y legisladores, entre otros. Esta comunicación involucra tres elementos de los cuales depende su efectividad:

1. Transmisor o emisor.
2. El Medio de comunicación (mensaje).
3. El Receptor o perceptor.

Para Pérez (2006 pág. 54-55) explica la división de la comunicación organizacional de la siguiente manera.

Comunicación Interna: cuando los programas están dirigidos al personal de la organización (directivos, gerencia media, empleados y obreros). Se define como el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantenga informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales.

Comunicación Externa: cuando se dirigen a los diferentes públicos externos de la organización (accionistas, proveedores, clientes, distribuidores, autoridades gubernamentales, medios de comunicación, etc.). Se define como el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos y servicios.

2.6 Imagen Corporativa

Costa Joan, (2009 pág. 52) La imagen corporativa es la manera en que se percibe una empresa, compañía, o cualquier movimiento cívico o social, su fin no se contempla como como una marca publicitaria, sino para que su imagen se pueda posicionar en la mente, entre los factores que colaboran es tener una imagen única que las distinga de las demás.

“La imagen Corporativa no está en el entorno físico, sino en la memoria latente de los individuos y en el imaginario colectivo”.

“Solo las compañías con identidad definida sobrevivirán. “la identidad es el principal activo de todas las empresas, yo que es el inicio elemento diferenciador frente a los competidores.” (Costa 2009, pàg.70).

2.6.1 Condiciones propias de la imagen corporativa

“Estratégicamente y operativamente la imagen ilumina el estilo y la conducta de la empresa; su modo propio de concebir productos y/o servicios.

La imagen posee unas condiciones excepcionales que atraviesan toda la dinámica de la empresa hasta el largo plazo. (Costa, 2009, pág. 61).

(Capriotti 2009 pág. 21-22) menciona La Identidad Corporativa de una organización estará influenciada decisivamente por un conjunto de aspectos, los cuales se encuentran interrelacionados y conforman un cúmulo de aportaciones que dan como resultado la Identidad Corporativa de la organización:

- ❖ La personalidad y normas del fundador:
- ❖ La personalidad y normas de personas claves.
- ❖ La evolución histórica de la organización.
- ❖ El entorno social: las características de la sociedad donde se desarrolla la organización también condicionará la forma y las características que adoptará la Identidad Corporativa de la misma.

2.6.2 Identidad Corporativa

Para Capriotti (2009 pág. 19) La Identidad Corporativa de una organización tiene una influencia decisiva en todos los aspectos de la gestión de una organización. Collins y Porras (1995) señalan que la Identidad Corporativa orienta las

decisiones, políticas, estrategias y acciones de la organización, y refleja los principios, valores y creencias fundamentales de la organización. Así, es necesario reflexionar sobre esta cuestión y definir qué es la Identidad Corporativa y establecer cuáles son sus componentes fundamentales.

2.6.3 Manual de Organización y Funciones

Según Monterroso, (2010) los objetivos que debe tener un manual de organización y funciones son los siguientes:

- a. Describir las funciones a nivel de cargo específico del equipo de comunicación.
- b. Contar con un instrumento técnico de trabajo que contribuya a facilitar los procesos de selección y contratación de personal.

2.7 Actores de la comunicación

2.6.1 Medios de Comunicación

“Los medios de comunicación son las entidades de difusión que mediante varios mecanismos transmiten y propagan mensajes a públicos cada vez más amplios, acercándoles noticias, opiniones y publicidad. Llevan también distracción y notas lúdicas con las que distraen y entretienen. Los medios más conocidos, en el orden en que han aparecido en la historia moderna, son la prensa escrita, la radio y la televisión. Y en las últimas décadas, la Internet, el Twitter y Facebook.

En Guatemala el primer medio fue la *Gazeta de Goatemala*, periódico impreso que surgió en 1729.

La importancia de los medios de comunicación reside en varios aspectos, siendo uno la incidencia que hacen en la sociedad, en la política y, en general, en la cultura. Esa incidencia puede ser una que manipule la conciencia del público, distrayéndolo con informaciones vagas y lejanas a asuntos de trascendencia social, o provocando por insistencia mayor conflictividad de la prudente, siempre según intereses de quien controla” (Gutiérrez Martínez, Roberto, Opinión, <http://www.elperiodico.com.gt/es/20121213/opinion/222011/>).

2.6.2 Audiencia

De la Mota, Ignacio H (1998) “Audiencia: Conjunto del público entre el cual circula un medio o es recibido un mensaje y que permite conocer el número de seguidores de un programa o emisora y el de compradores de una publicación así como la investigación de sus circunstancias socioculturales y motivacionales”.

2.6.3 Audiencia acumulada

La captada por los mensajes publicitarios de difusión sucesiva a través de un mismo. Medio ajeno al propio, por el que se realiza la campaña durante un espacio de tiempo determinada. (p.65 tomo I).

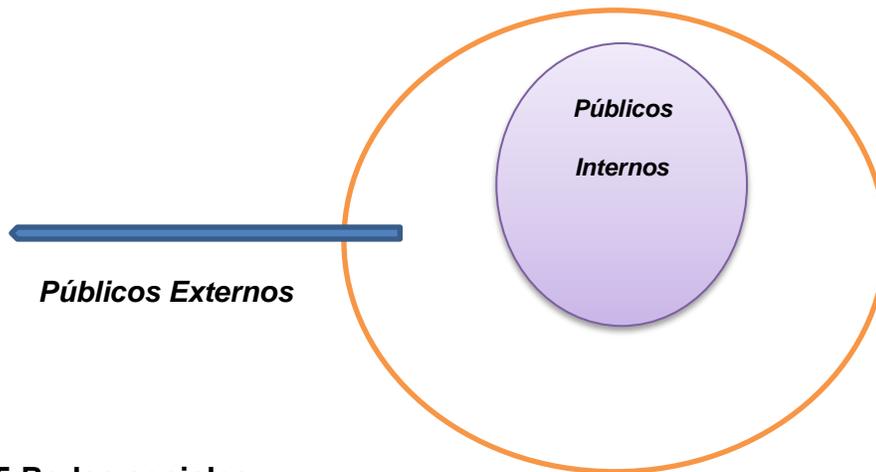
2.6.4 Público

De la Mota, Ignacio H (1998 pág.232 tomo II) Conjunto de las personas reunidas en un determinado lugar para asistir a un espectáculo o mitin u otro tipo de acto religioso, social etc...

Capriotti (2009 pàg.173) menciona que para realizar la identificación de los públicos de una organización, muchos autores suelen hacer una clasificación de

los públicos con los que se relaciona una entidad, una especie de tipología de públicos, haciendo una primera diferenciación entre Públicos Internos y Externos.

Esta diferenciación de los públicos es demasiado esquemática y simplista, aunque puede ser útil como un primer paso para una elaboración más adecuada.



2.6.5 Redes sociales

Lo real de las redes sociales es su capacidad para generar corrientes de opinión entre diferentes públicos, segmentados en cada red. Facebook es el espacio más coloquial. Respecto de LinkedIn que tiende más bien a ser un espacio de intercambio profesional. Twitter en cambio conserva la característica dada por la inmediatez e instantáneo.

Todas las redes sociales desarrolladas coherentemente se transforman en una plataforma comunicacional poderosa, capaz de convertirse en un abanderado de la comunicación corporativa a nivel de conversación entre los usuarios, condición impensable con los medios masivos globales. (Luis Durand, ¿Por qué debes usar Redes Sociales para mejorar tu #Branding? 08 de julio 2013, <http://durandcomunicaciones.blogspot.com/>)

2.7 Estrategia

(Herrera, 2003, pág. 28) “dice que según (Larousse, 1987) En el campo de la Administración, la estrategia se define como el patrón o plan que integra las principales metas y políticas de una organización, al mismo tiempo que establece la secuencia coherente de las acciones a realizar”.

Generalmente las estrategias ordenan y asigna propuestas en base a los atributos y asignan propuestas en base a las deficiencias de la organización determinada. Las decisiones estratégicas que se lleven a cabo establecen la viabilidad y el éxito de cualquier empresa, moldean las metas y ayudan a delinear los límites dentro de los cuales habla que operar.

“La estrategia en sí tiene los ingredientes para edificar los pilares de la base: imagen, organización y comunicación” (Quintanilla, 2010 pág. 11).

Capítulo III

3.1 El Diagnóstico

Después de analizar los resultados obtenidos en el proceso de observación, recopilación documental, se pudo observar la forma en que funciona el área de comunicación, en la asociación El Refugio de la Niñez. Organización No gubernamental, cuyo propósito es trabajar en favor de la restitución de los derechos humanos de la niñez y adolescencia.

Observando los problemas que a continuación se describen, realizando la propuesta que beneficien tanto a la institución como a los empleados motivándolos a que busquen mejores resultados.

3.1.1 Definición del problema de comunicacionales:

- Uno de los problemas detectados, es que no existe una señalización apropiada que facilite las gestiones realizadas dentro de las de las oficinas centrales de la asociación. Lo que dificulta que las personas que visitan las instalaciones no tengan conocimiento adecuado sobre la ubicación del equipo de dirección, coordinaciones, asesores y asistentes.
- ❖ Por ser una asociación joven y la reciente contratación de una asesora en comunicación, no han explorado aun la creación de una imagen visual, física que motive o que manifiesten su identidad corporativa entre los trabajadores. La imagen que hará que se identifique de las demás, donde se determinen las características y valores de la misma.

- ❖ La asociación no cuenta con un departamento de comunicación, en el cual se especialice en realizar campañas de sensibilización, hasta el momento el trabajo que se realiza es para sectores donde la asociación trabaja.
- ❖ Los altos costos que tiene la publicidad contribuyen a no contar con el suficiente material para realizar campañas a nivel nacional, además de no contar con materiales didácticos, guías educativas, que estén disponibles a otros sectores de la población hacen que el trabajo que se realiza en los programas de prevención se poblaciones específicas.

3.1.2 Qué Origina los problemas:

- ❖ La falta presupuesto destinado para el área de comunicación.
- ❖ Los altos costos de publicidad.
- ❖ Reciente creación de área de comunicación, (asesoría y coordinación).
- ❖ Poco tiempo de funcionamiento de la asociación.

3.1.3 Qué consecuencias produce:

- ❖ Que las acciones o actividades realizadas sean poco conocidas.
- ❖ Que las metas que se trazan en algún momento no sean alcanzadas en la totalidad.
- ❖ Falta de conocimiento de las personas interesadas en las actividades que se llevan a cabo.

3.2 Objetivos del Diagnóstico

3.2.1 Objetivo General

- ❖ Realizar un diagnóstico de comunicación organizacional, que sirva como herramienta para mejorar el desempeño que tiene la asociación El Refugio de la Niñez, a través de fortalecer la imagen institucional, y los programas

de prevención. Sensibilizando a la población en los temas de violencia sexual, explotación y trata de personas.

3.2.2 Objetivos Específicos

- ❖ Evaluar la cobertura que tienen los medios de comunicación nacionales con respecto a temas que trabaja la asociación.
- ❖ Fortalecer la imagen corporativa que tiene la asociación El Refugio de la Niñez.
- ❖ Implementar o mejorar las herramientas para la sensibilización en los temas de violencia sexual, explotación y trata de personas.

3.3 Diagnóstico Cualitativo

La asociación El Refugio de la Niñez, cuenta con buena aceptación por los medios de comunicación haciéndoles ver como una organización que trabaja por el bienestar de niños, niñas y adolescentes. Hacen que ellos sean enlace con la opinión pública.

El trabajo que realiza en los departamentos del país en materia de prevención tiene alcances muy buenos, a pesar del corto tiempo que lleva trabajando. Sin embargo, la comunicación que existe en la actualidad es más eficiente y clara a partir de la contratación de una asesora de comunicación de la institución.

La publicidad es una estrategia de un costo muy alto. Hay que implementar formas donde se busque la promoción y divulgación de sensibilización que realiza. La

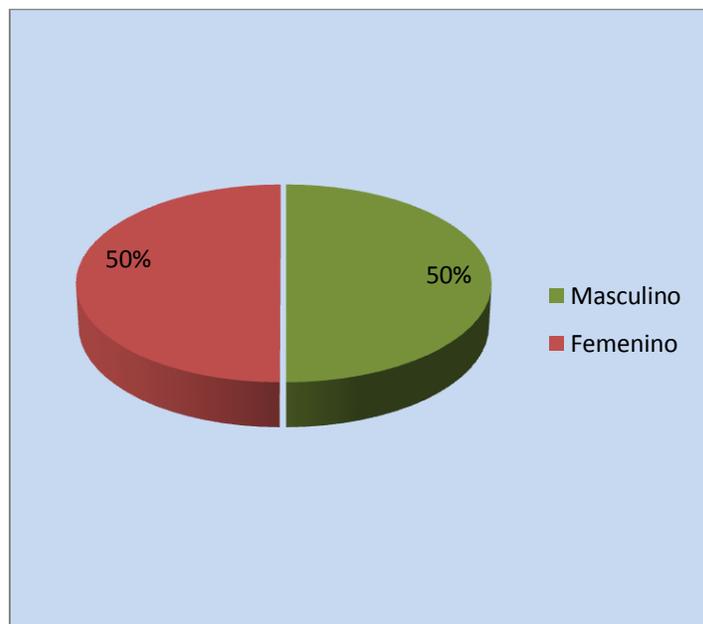
información se transmite eficazmente, se puede convertirse en una herramienta de la comunicación entre institución y usuarios

3.4 Diagnóstico Cuantitativo

Graficas de encuestas dirigida a reporteros que cubren temas relacionados al trabajo que realiza la asociación “El Refugio de la Niñez”.

Género

Gráfica No.1

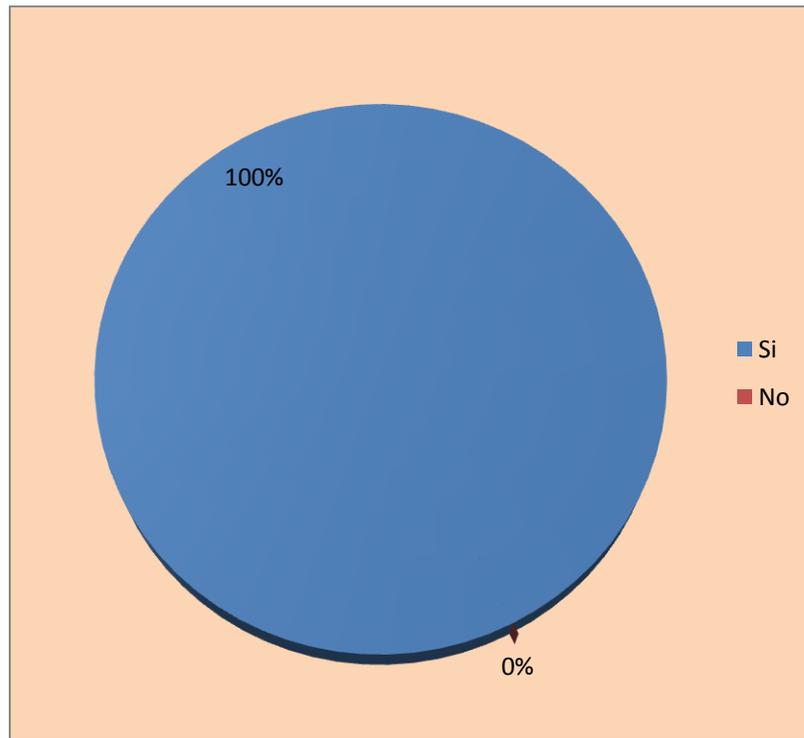


Fuente: Investigación, EPS Licenciatura Sandra Godoy

El total de la población encuestada, fue del 50% sexo masculino y 50% de sexo femenino.

1. ¿Conoce la asociación, El Refugio de la Niñez?

Gráfica No.2

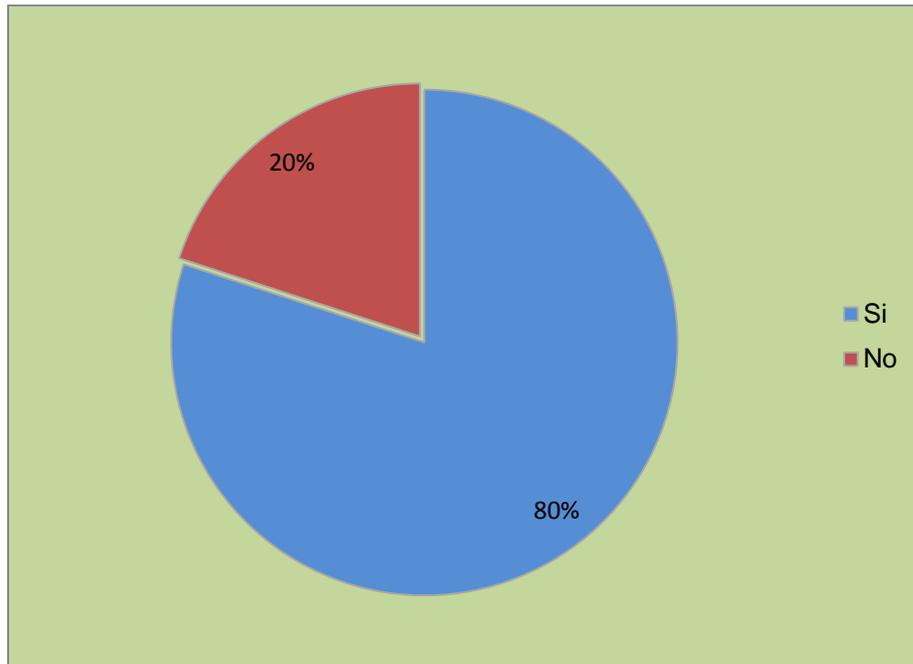


Fuente: Investigación, EPS Licenciatura Sandra Godoy

El 100% de las personas encuestadas, afirma que sí conoce la asociación y ha recurrido a ella como una fuente confiable de información. Dándole cobertura en conferencias de prensa, entrevistas o presentación de temas o seguimiento de los mismos. Así también, por formar parte de Convergencia de los Derechos Humanos donde el Refugio de la Niñez forma parte.

2. ¿Conoce el trabajo que realiza El Refugio de la Niñez?

Gráfica No.3



Fuente: Investigación, EPS Licenciatura Sandra Godoy

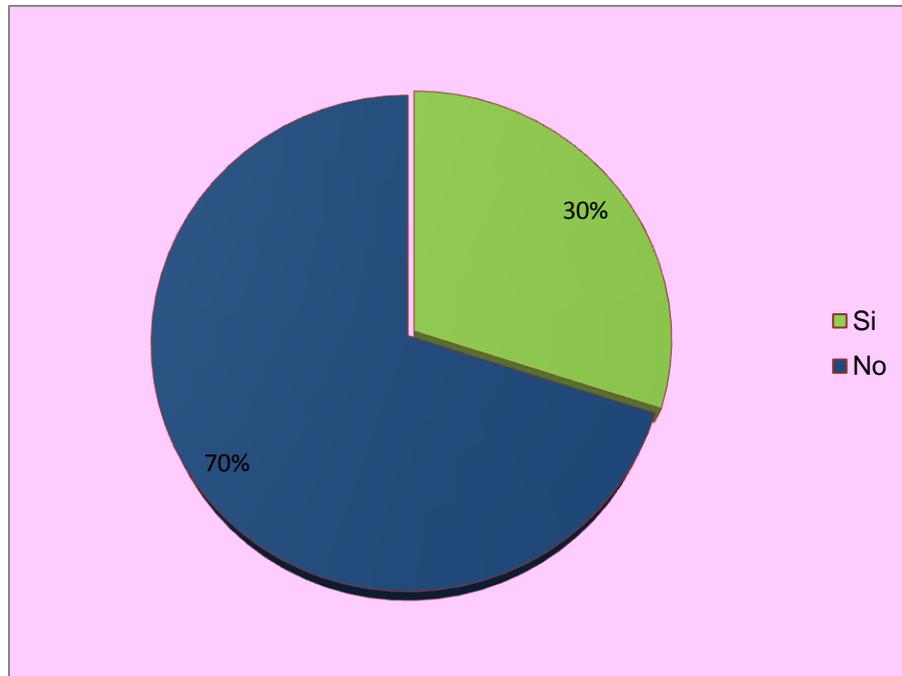
Con un porcentaje de 80% afirma que sí conocen, sobre su función y el trabajo que realiza con la niñez y adolescencia guatemalteca la asociación.

La mayor parte de las personas que fueron encuestados afirmó tener conocimiento de los temas que trabaja la asociación. Conociendo así el trabajo que ha desempeñado en los 4 años que lleva de funcionamiento,

Un 20% de las personas admite, que no conoce cuáles son los tema específicos que trabaja la asociación y lo relaciona con temas relacionados a la niñez y adolescencia por ser una institución que trabaja con niños y adolescentes sin hacer distinción de cada tema.

3. ¿Ha visitado las instalaciones de la asociación El Refugio de la Niñez?

Gráfica No.4



Fuente: Investigación, EPS Licenciatura Sandra Godoy

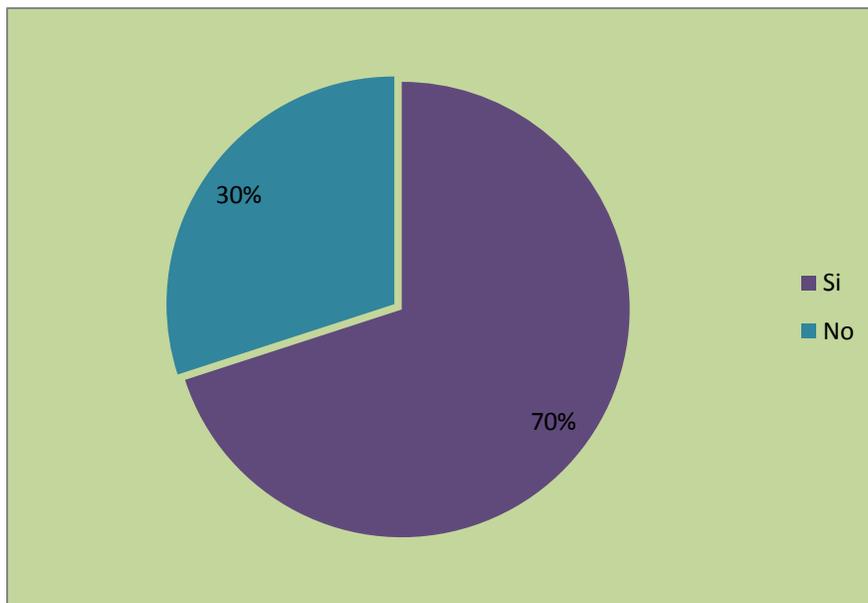
Un 70% de las personas que fueron encuestadas afirmó que no ha visitado las instalaciones de las oficinas de la asociación.

La mayoría ha buscado a El Refugio de la Niñez, como fuente de consulta a través de llamadas telefónicas, boletines informativos que reciben por medios electrónicos o por medio de conferencias de prensa.

Solo un 30% personas encuestadas, afirmó que si ha visitado las instalaciones en alguna ocasión.

4. ¿Ha visitado la página web y redes sociales de la asociación El Refugio de la Niñez?

Gráfica No.5



Fuente: Investigación, EPS Licenciatura Sandra Godoy

Solo un 30% de los entrevistados, afirmó que no ha visitado recientemente la página web, ni las redes, sin embargo sí conocen y lo ha hecho en otra ocasión.

El 70% manifestó, que sí ha visitado la página web, para enterarse de la fuente primaria de información, cuál es el desarrollo de un tema, o un caso en particular, luego de recibir un boletín mensual del trabajo que se realiza en los diferentes programas que desarrolla.

5. ¿Qué tipo de información ha buscado en su página web o redes Sociales?

Gráfica No.6



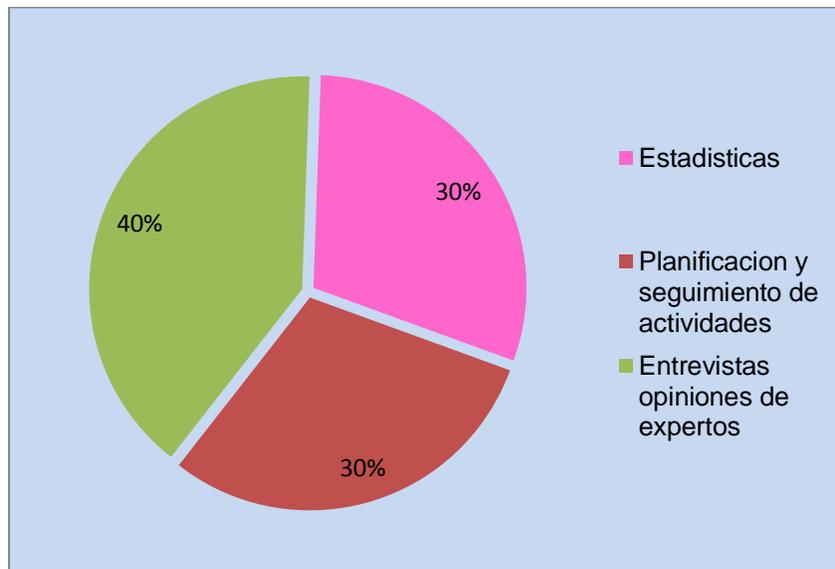
Fuente: Investigación, EPS Licenciatura Sandra Godoy

Las respuestas variaron, mencionando los motivos que hacen que visiten la página web y las redes sociales varíen un poco.

- **Información del trabajo mensual:** El 40% de los encuestados aclaró, que les interesa el trabajo que realizan los profesionales en la asociación.
- **Información sobre la asociación:** un 30% del total encuestado, le importa la postura que toma como institución en casos jurídicos
- **Noticias de eventos realizados o por realizar:** los temas que trabaja la asociación, conocer las acciones que realiza en los programas de prevención.
- **Otros:** un 10% del total manifestó que visitó la página por información de otro tipo.

6. ¿Que otro tipo de información le gustaría encontrar?

Gráfica No.7



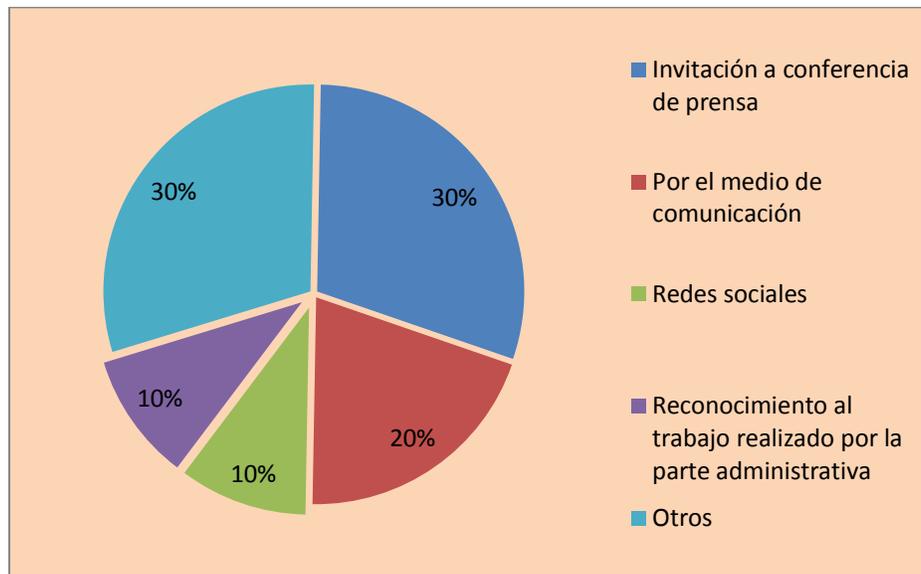
Fuente: Investigación, EPS Licenciatura Sandra Godoy

La página web tiene una buena aceptación, sin embargo se puede tomar en cuenta para mejorar la relación con los periodistas e institución incluirle temas que son relevantes para la población en general algunos aspectos son:

- Un 40% de los encuestados, menciona que le agradecería encontrar entrevistas de personajes que trabajan en áreas de la niñez y adolescencia, sobre temas que sean de relevancia. Además la opinión de expertos, sobre temas de prevención.
- Con una igualdad de un 30% contestó que le gustaría encontrar estadísticas relevantes de trata de personas, violencia sexual y explotación infantil actualizadas.
- De igual manera, encontrar dentro de la página web y sus redes sociales la planificación y seguimiento de actividades como campañas de prevención o capacitaciones.

7. ¿Cómo conoció usted a la asociación El Refugio de la Niñez?

Gráfica No.8



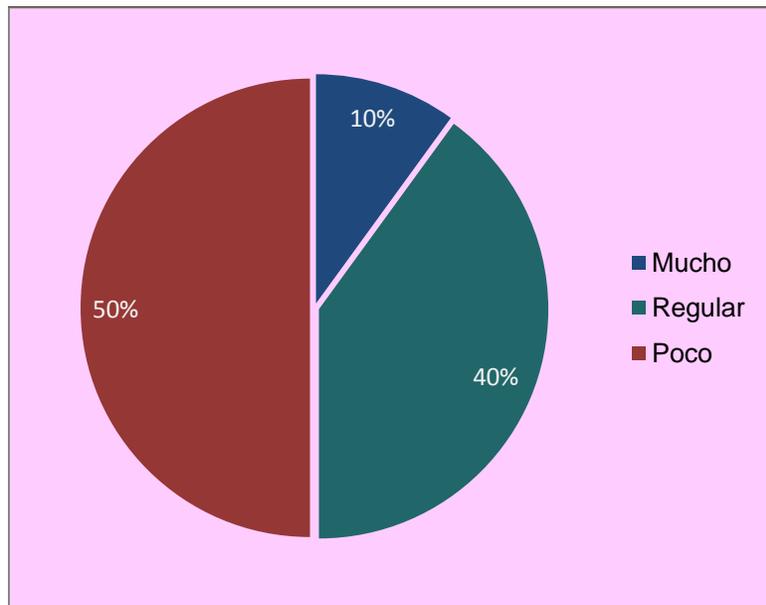
Fuente: Investigación, EPS Licenciatura Sandra Godoy

Las formas en que los encuestados conocieron de la asociación El Refugio de la Niñez, fueron por medio de las siguientes formas diferentes:

- Un total de 30% de las personas encuestadas manifestó que conoció del trabajo que realiza la asociación luego de recibir una invitación para una conferencia de prensa.
- Un 20% contestó que fue a través del medio de comunicación donde labora.
- El 10% manifestó que conoció de la asociación a través de una red social
- Mientras otro 10% manifestó que conocía el trabajo que realizó la parte administrativa en otra organización anteriormente.
- Para finalizar un 30% manifestó que la forma en que conoció la asociación a través de una sugerencia, por búsqueda de información sobre los temas que trabaja la asociación, entre otros.

8. ¿Conoce usted de las formas de funcionamiento de la asociación El Refugio de la Niñez?

Gráfica No.9



Fuente: Investigación, EPS Licenciatura Sandra Godoy

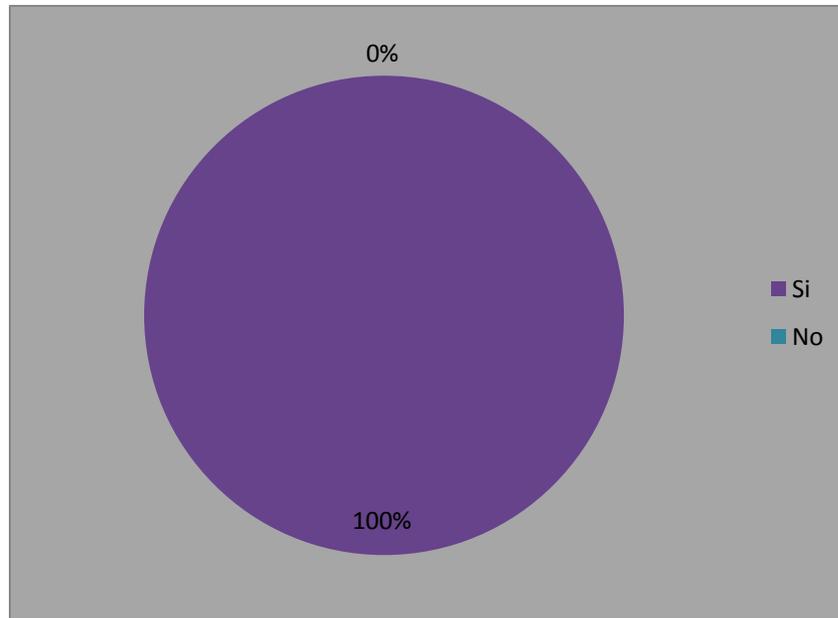
Un 50% de los entrevistados menciona que conoce poco la forma en que se maneja la institución. Quiénes son los donantes o la forma en que trabaja con las niñas, además de no tener conocimiento del trabajo que realizan en las campañas de prevención.

Mientras un 40% de las personas encuestadas dijo, conocer regularmente, la forma que trabaja, está en base a la información que se encuentra dentro de su información. Y a través de los boletines informativos electrónicos que reciben mensualmente.

El 10% comentó que sí conoce cómo funciona la asociación.

9 ¿Cree importante la capacitación, y que existan programas y campañas de prevención, en los temas que trabaja El Refugio de la Niñez?

Gráfica No.10



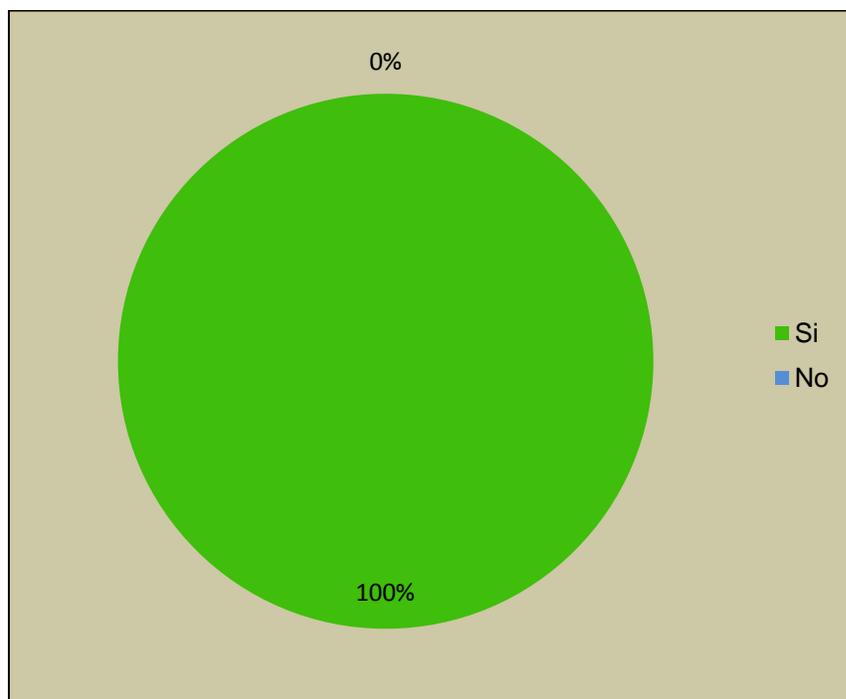
Fuente: Investigación, EPS Licenciatura Sandra Godoy

Sin excepción, todos los encuestados creen que es necesario concientizar a la población que la trata, la violencia sexual y la explotación infantil son delitos. Las campañas de prevención surgen con el objetivo de difundir el mensaje de prevención de los temas que importan y en donde muchos niños y adolescentes han visto truncados sus deseos.

Este tipo de campañas tiene que estar dirigida específicamente a toda la sociedad en general con intención de ser difundida a la mayor parte de los ciudadanos, tanto en los diferentes niveles educativos, religiones y razas.

10. ¿Le gustaría recibir información sobre la asociación?

Gráfica No.11



Fuente: Investigación, EPS Licenciatura Sandra Godoy

El 100% de los encuestados mostró gran interés en recibir las publicaciones que la asociación envía, mostrando una motivación a que el trabajo que se lleva a cabo es bien recibido.

Algunos de ellos ya reciben información.

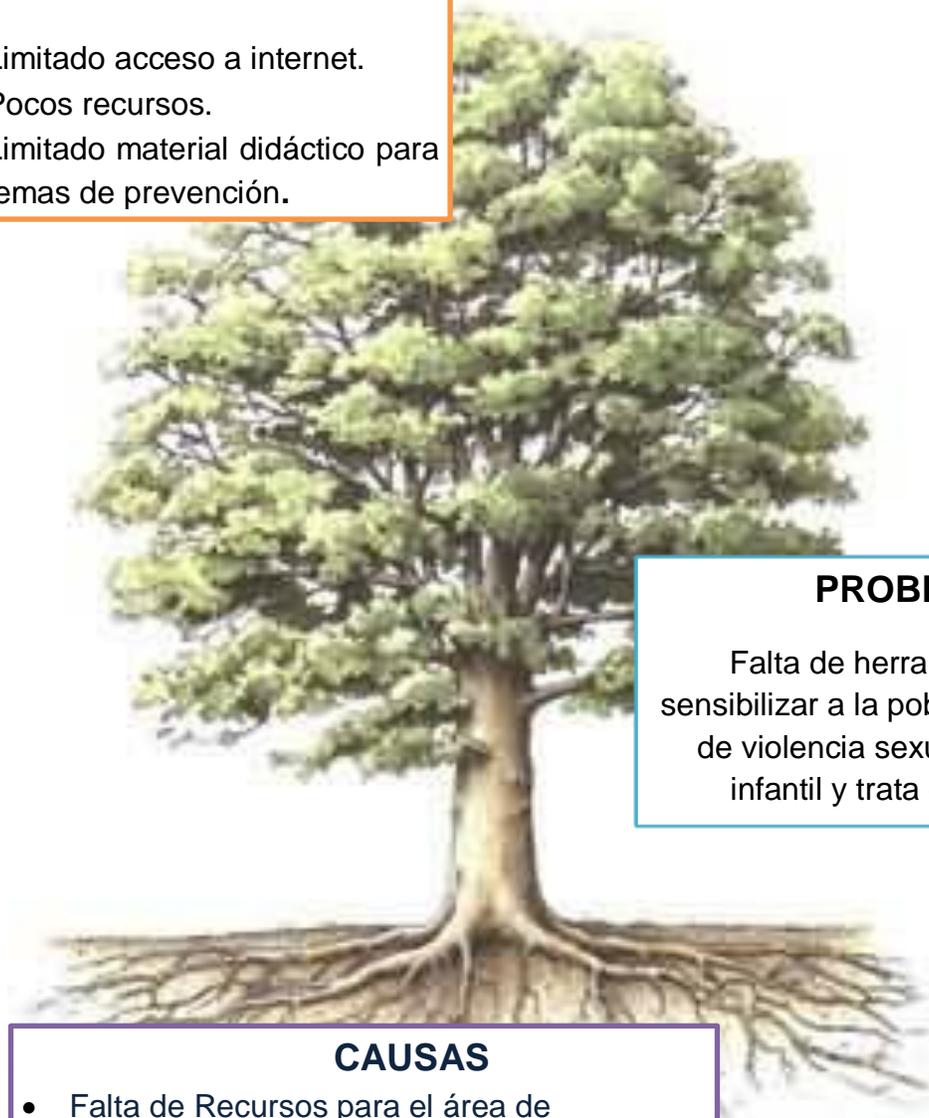
3.5 FODA

Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
<p>Ser una organización que trabaja por la niñez y adolescencia en temas de violencia sexual, explotación y trata de personas.</p>	<p>Continuidad de los programas de prevención.</p>	<p>No tener presupuesto destinado para el área de comunicación.</p>	<p>Falta de información educativa para temas de prevención en página web.</p>
<p>Amplio profesionalismo de las personas que desempeñan cada área de la institución.</p>	<p>Reconocida experiencia de los profesionales en el trabajo de campo que se realiza.</p>	<p>Alto costo en materia de publicidad.</p>	<p>La privacidad de las víctimas ante medios de comunicación.</p>
<p>Capacitación constante en tema de prevención.</p>	<p>La comunicación con los medios de comunicación es efectiva y es eficaz entre la asesora y los periodistas.</p>	<p>Poco seguimiento a notas por parte de medios de comunicación cuando los temas no son tan relevantes.</p>	<p>Falta de recursos para llegar a más población, en el tema de la prevención y sensibilización.</p>
<p>Mantener buenas relaciones entre la institución y medios de comunicación.</p>	<p>Buen reconocimiento del trabajo que se realiza en favor de la niñez.</p>	<p>Poco contenido educativo destinado a usuarios de la página web,</p>	<p>Los riesgos que implican los temas de trata, violencia sexual y explotación infantil.</p>

3.6 Árbol del problema

EFFECTOS

- Limitado acceso a internet.
- Pocos recursos.
- Limitado material didáctico para temas de prevención.



PROBLEMA

Falta de herramientas para sensibilizar a la población en el tema de violencia sexual, explotación infantil y trata de personas.

CAUSAS

- Falta de Recursos para el área de comunicación.
- Falta de interés de otras organizaciones de promover campañas de concientización.
- Débil sistema de justicia.

3.7 Resultados del diagnóstico (Matriz con indicadores)

No.	Pregunta	SI	NO
1.	¿Conoce la asociación, El Refugio de la Niñez?	100%	
2.	¿Conoce el trabajo que realiza El Refugio de la Niñez?	80%	20%
3.	¿Ha visitado las instalaciones de la asociación El Refugio de la Niñez?	30%	70%
4.	¿Ha visitado la página web y redes sociales de la asociación El Refugio de la Niñez?	70%	30%
5.	¿Considera que el tipo de información que necesita se encuentra en la página web? <ul style="list-style-type: none"> • Información del trabajo mensual: • Información sobre la asociación: • Noticias de eventos realizados o por realizar: • Otros 	40% 30% 20% 10%	
6.	¿Que otro tipo de información le gustaría encontrar? <ul style="list-style-type: none"> • Estadísticas • Planificación y seguimiento de actividades • Entrevistas opiniones de expertos 	30% 30% 40%	
7.	¿Cómo conoció usted a la asociación El Refugio de la Niñez? <ul style="list-style-type: none"> • Invitación a conferencia de prensa • Por el medio de comunicación donde labora • Redes sociales • Trabajo realizado por la parte administrativa • Otros 	30% 20% 10% 10% 30%	
8.	¿Conoce usted de las formas de funcionamiento de la asociación El Refugio de la Niñez? <ul style="list-style-type: none"> • Mucho • Regular • Poco 	10% 40% 50%	
9.	¿Cree importante la capacitación, y que existan programas y campañas de prevención, en los temas que trabaja El Refugio de la Niñez	100%	
10.	¿Le gustaría recibir información sobre la asociación?	100%	

Capítulo IV

4.1. Estrategia comunicacional

4.1.1 Propuesta Comunicacional Organizacional

Una vez realizado el procesamiento de datos y el análisis de los resultados obtenidos, se extrajeron las siguientes oportunidades de mejoramiento de acuerdo como elemento comunicacional.

Considerando lo anterior se presenta la Propuesta de Comunicación Organizacional, para fortalecer la imagen corporativa de la asociación El Refugio de la Niñez.

La propuesta tiene como fin primordial fortalecer la imagen corporativa, que se proyecta en la actualidad, de manera interna y externa. Asimismo optimizar la interacción de la comunicación, entre padres de familia y profesionales que trabajen en temas relacionados con la niñez. En la ejecución de las actividades de acuerdo a sus valores institucionales.

4.1.2 El fortalecimiento de la imagen corporativa y la comunicación interna estará dirigida para:

- ❖ Empleados de El Refugio de la Niñez.
- ❖ Medios de comunicación.
- ❖ Usuarios de página Web y en las redes sociales.
- ❖ Amigos y voluntarios.
- ❖ Padres de familia.
- ❖ Cooperantes, y personal de otras instituciones.

4.1.3 Lo qué se dar a conocer:

- ❖ Resultados alcanzados en los casos de niños, niñas y adolescentes.
- ❖ Reconocimiento de la imagen que proyecta, El Refugio de la Niñez.
- ❖ Credibilidad en base a resultados.
- ❖ Transparencia de gastos, en los proyectos.
- ❖ Crear conciencia en las personas del trabajo que se realiza.
- ❖ Contar con mayor alcance o cobertura, así como trabajar con voluntarios en los temas que trabaja la asociación
- ❖ Fortalecer los programas de prevención a través de implementación de una sección dentro de la página web de la asociación refugiodelaninez.org.gt llamada “Recursos Educativos”, con materiales disponible previamente estudiados y analizados. Qué sea material de apoyo para personas que trabajen con la niñez especialmente, interesados en materiales para su uso profesional.

4.1.4 Materiales comunicacionales que fomenten la imagen corporativa de la asociación “El Refugio de La Niñez”

Para implementación de materiales que contribuyan a mejorar la imagen corporativa que proyecta la asociación dentro de sus oficinas centrales están:

- ❖ Pizarra informativa.
- ❖ Rotulación de oficina.

Dentro de la nueva sección de la página web, creándola más dinámica, visual y amena para sus visitantes.

- ❖ Guías educativas.
- ❖ Material didáctico.
- ❖ Juegos y material de prevención.
- ❖ Campañas de prevención (afiches de campañas de los programas de prevención)

A. Propuestas Interna

Para fortalecer la comunicación organizacional dentro de la institución.

Descripción

A.1 Pizarra Informativa

La pizarra informativa es un medio de comunicación gráfico que informa, educa, comunica y actualiza información relevante sobre el trabajo que se realiza. Juega un papel muy importante en tanto que permite la recordación de los mensajes al exhibir mensajes escritos. Talleres, capacitaciones, eventos.

Como parte de este programa, que complementa al área de comunicación organizacional es efectiva y la colocación de una pizarra informativa con notas de interés y mensajes actuales.

Diseño de pizarras informativas

- Con el logo de la asociación.
- Con el logo y la utilización del eslogan. Con este punto pretende motivar a identificarse o comprometerse con su trabajo y conocer cuál es el fin del trabajo que se realiza.



Diseño con el logo de la asociación



Diseño con el logo y eslogan.

A.2 Rotulación de oficinas

Con el propósito de mantener la imagen de la institución los trabajadores y público que visita las instalaciones de la asociación El Refugio de la Niñez, identifique o faciliten cada una de las oficinas.

Se propone identificar cada una de las direcciones y sus respectivas áreas. con un nombre y la utilización del slogan como opción; manejando en cada una la misma identificación.

Diseño de rotulación



B. Propuesta externas

B.1 Nueva sección en la de página web.

Se propone la creación de una nueva sección dentro del sitio web refugiodelaninez.org.gt el cual tiene como fin complementar los programas de prevención los que ya se cuentan y colaborar con la población que tenga acceso a información y temas de interés sobre la prevención de la violencia sexual, explotación infantil y la trata de personas.

El acceso es público al contenido estará categorizada en:

- Niños y adolescentes.
- Padres de familia.
- Voluntarios.
- Profesionales.
- Material audiovisual.
- Juegos (material didáctico educativo).

El diseño de la implementación de la nueva sección, pretende contribuir a:

- ❖ Creación y distribución digital de materiales didácticos.
- ❖ Artículos de opinión sobre el tema.
- ❖ Organización de jornadas de divulgación con el fin de llegar a más personas (municipios, centros escolares).

Nueva sección dentro de página web.

Se propone la creación de una nueva sección dentro del sitio Web www.refugiodelaninez.org.gt. El cual tiene como fin complementar los programas de prevención que ya se manejan y colaborar con una parte de la población.

A continuación presentamos las diferentes secciones parte de la nueva sección educativa.



Edición de nueva sección.

“Propuesta de comunicación EPS. Licenciatura 2013

Como parte de la propuesta comunicacional para fortalecer la imagen corporativa, a través de la implementación de una nueva sección más visual y amena, para los visitantes.

Se presenta el siguiente portal, con esto se motiva a trabajar para un sector de la población que puede servir de enlace en los temas de prevención.



Menú de opciones de propuesta.

Secciones de la página web

Página principal llamada "Recursos Educativos", parte de la propuesta de una nueva sección de la página web.

Contenidos educativos

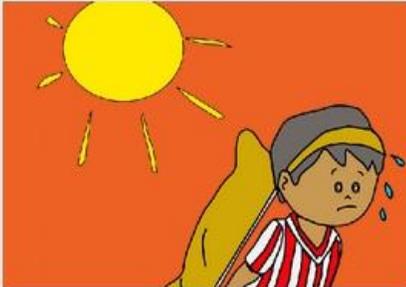
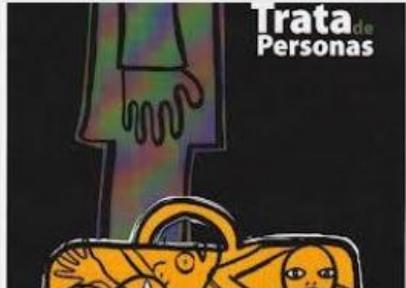
 <p>NIÑOS ADOLESCENTES</p> <p>Herramientas prácticas y efectivas para enseñar a niños, niñas y adolescentes sin alejarse de sus contextos cotidianos.</p>	 <p>PADRES DE FAMILIA</p> <p>Actividades Educativas para compartir un tiempo de calidad con su hijo.</p> <p>Recursos y enlaces educativos para padres sobre temas de prevención.</p>
 <p>VOLUNTARIOS</p> <p>Los voluntarios siempre traen ideas y perspectivas frescas que ayudan a resolver los retos de nuestras operaciones diarias, motivando a ser personas que trabajen por su comunidad.</p>	 <p>PROFESIONALES</p> <p>Colecciones de contenidos de Educación para la Sexualidad, con sus respectivas guías de uso pedagógico.</p> <p>Además la asesoría de profesionales para trabajar proyectos con niños, niñas y adolescentes</p>
 <p>MATERIAL AUDIOVISUAL</p> <p>Recursos disponibles para impartir charlas o talleres.</p>	 <p>JUEGOS</p> <p>Juguemos aprendiendo como prevenir</p> <ul style="list-style-type: none">• (material didáctico educativo)

Página principal de propuesta de nueva sección.

Sección Niños y Adolescentes

Conceptos Básicos

Contenido sobre temas académicos que le pueden servir a docentes y estudiantes.

	<h4>Qué es Explotación Infantil</h4> <p>La explotación infantil, por lo tanto, es el trabajo que realizan los niños en el marco de un sistema de producción económica. El fenómeno puede tener graves consecuencias para el desarrollo de los menores, ya que afecta el disfrute de sus derechos.</p> <p>Las personas menores de 18 años que desempeñan una actividad laboral que afecta su desarrollo, que son sometidos a tareas riesgosas o que son obligados a realizar actividades ilegales son víctimas de la explotación infantil.</p>
	<h4>Qué es Trata de Personas</h4> <p>Se entiende como la captación, el transporte, el traslado, la acogida o la recepción de personas, recurriendo a la amenaza o al uso de fuerza u otras formas de coacción, al rapto, al fraude, al engaño al abuso de poder o de situación de vulnerabilidad o a la concesión o recepción de pagos o beneficios para obtener el consentimiento de una persona que tenga autoridad sobre otra, con fines de explotación.</p>
	<h4>Qué es violencia Sexual</h4> <p>Hace referencia al acto de coacción hacia una persona con el objeto de que lleve a cabo una determinada conducta sexual; por extensión, se consideran también como ejemplos de violencia sexual "los comentarios o insinuaciones sexuales no deseados, o las acciones para comercializar o utilizar de cualquier otro modo la sexualidad de una persona mediante coacción por o la relación de ésta con la víctima, en cualquier ámbito, incluidos el hogar y el lugar de trabajo.</p>

Conceptos básicos sobre cada tema en la sección de niños y adolescentes.

Sección Padres de familia

Actividades educativas para compartir un tiempo de calidad con su hijo. Recursos y enlaces educativos para padres sobre temas de prevención.

Guías educativas

Sobre temas de violencia sexual, explotación infantil y trata de personas.

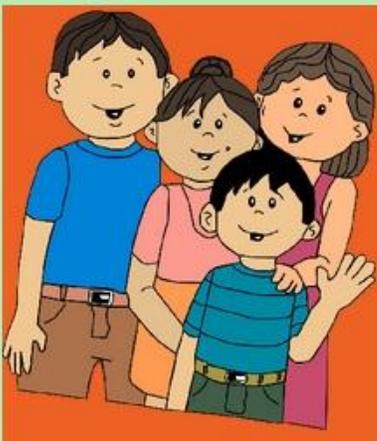


Propuesta de Comunicación EPS Licenciatura 2013

RECURSOS EDUCATIVOS

GUIAS PRÁCTICAS

Como prevenir la violencia sexual explotación infantil y trata de personas.



Actividades Educativas para compartir un tiempo de calidad con su hijo.
Recursos y enlaces educativos para padres sobre temas de prevención.

Violencia sexual contra los niños y las niñas.
Abuso y explotación, Sexual infantil.

Guía de material básico para la formación de profesionales
<http://www.infocoponline.es/pdf/SAVETHECHILDREN.pdf>

Guía Sobre adolescencia y Sexting: qué es y cómo prevenirlo
http://www.educacion.navarra.es/documents/57308/57740/adolescencia_y_sexting.pdf/d3904f58-8411-48c9-a8ff-0c01c6a95753

La regla de Kiko:
Material para padres y madres sobre cómo prevenir el abuso infantil elaborado por el Consejo de Europa.
http://www.fapmi.es/imagenes/subsecciones1/1de5_Cuento_web.pdf
<http://www.fapmi.es/imagenes/subsecciones1>

Propuesta sección padres de familia.

Sección Voluntarios

Todas las personas pueden convertirse en voluntarios, con el único fin de que cada día sean menos los hechos donde la niñez y la adolescencia sean las víctimas.

La invitación es para ser parte de los voluntarios, desde una maestra que puede cambiar la vida de sus alumnos, así como toda persona desde su comunidad que tenga el interés de aportar un grano de arena para su comunidad.

RECURSOS EDUCATIVOS

VOLUNTARIOS

Todas las personas pueden convertirse en voluntarios, con el único fin de que cada día sean menos los hechos donde la niñez y la adolescencia es la víctima

La invitación es para ser parte de los voluntarios desde una maestra que puede cambiar la vida de sus alumnos, así como toda persona desde su comunidad que tenga el interés de aportar un grano de arena para su comunidad



Propuesta para sección de voluntariado.

Sección Profesionales

Guías de ayuda, servicios profesionales para la niñez y adolescencia en los temas:

- ❖ Área jurídica
- ❖ Temas de incidencia
- ❖ Prevención (en casos de desastres naturales, incendios, terremotos, deslaves, derrumbes y otros) cómo actuar ante situaciones.
- ❖

RECURSOS EDUCATIVOS

PROFESIONALES

<div style="background-color: #f9c74f; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">ÁREA JURÍDICA</div>  <p>El Programa de Intervención Jurídica es Fundamental en el proceso de la restitución de derechos que han sido violentados en el tema de violencia sexual, explotación infantil y trata de personas.</p>	<div style="background-color: #f9c74f; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">INCIDENCIA</div>  <p>Desarrollar acciones de prevención se trabaja en coordinación con los sistemas de protección local, en la búsqueda de garantizar la protección de la niñez en comunidades de riesgo o expulsoras.</p> <p>Los Grupos meta son: Líderes comunitarios, Estudiantes de nivel medio, Operadores de Justicia, Padres de Familia</p>	<div style="background-color: #f9c74f; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">PREVENCIÓN DE RIESGOS</div>  <p>La prevención de riesgos es la disciplina que busca promover la seguridad y salud mediante la identificación, evaluación y control de los peligros y riesgos asociados a un proceso de emergencias.</p> <p>Además de fomentar el desarrollo de actividades y medidas necesarias para prevenir los riesgos.</p>
---	--	---

Propuesta sección apoyo profesional.

Sección Material Audiovisual

Recursos disponibles para impartir charlas o talleres, (los videos utilizados son hechos por "Pantallas Amigas"). Sobre temas de los peligros en la red.

MATERIAL AUDIOVISUAL

Recursos educativos para impartir charlas



Sexting: Es el acto de enviar mensajes o fotografías sexualmente explícitas por medios electrónicos, especialmente entre teléfonos celulares.



El ciberbullying: Es el uso de los medios telemáticos (Internet, telefonía móvil y videojuegos online principalmente) para ejercer el acoso psicológico entre iguales.



Riesgos en la Red: Riesgos que ocurren cuando un menor navega por Internet, sin supervisión.



Riesgos de Localización: Cualquier tipo de dato que haga referencia a nuestra ubicación debe ser considerado "privado".



Sextorsión: Chantaje bajo la amenaza de publicar o enviar imágenes en las que la víctima muestra en actitud erótica, pornográfica o manteniendo relaciones sexuales.

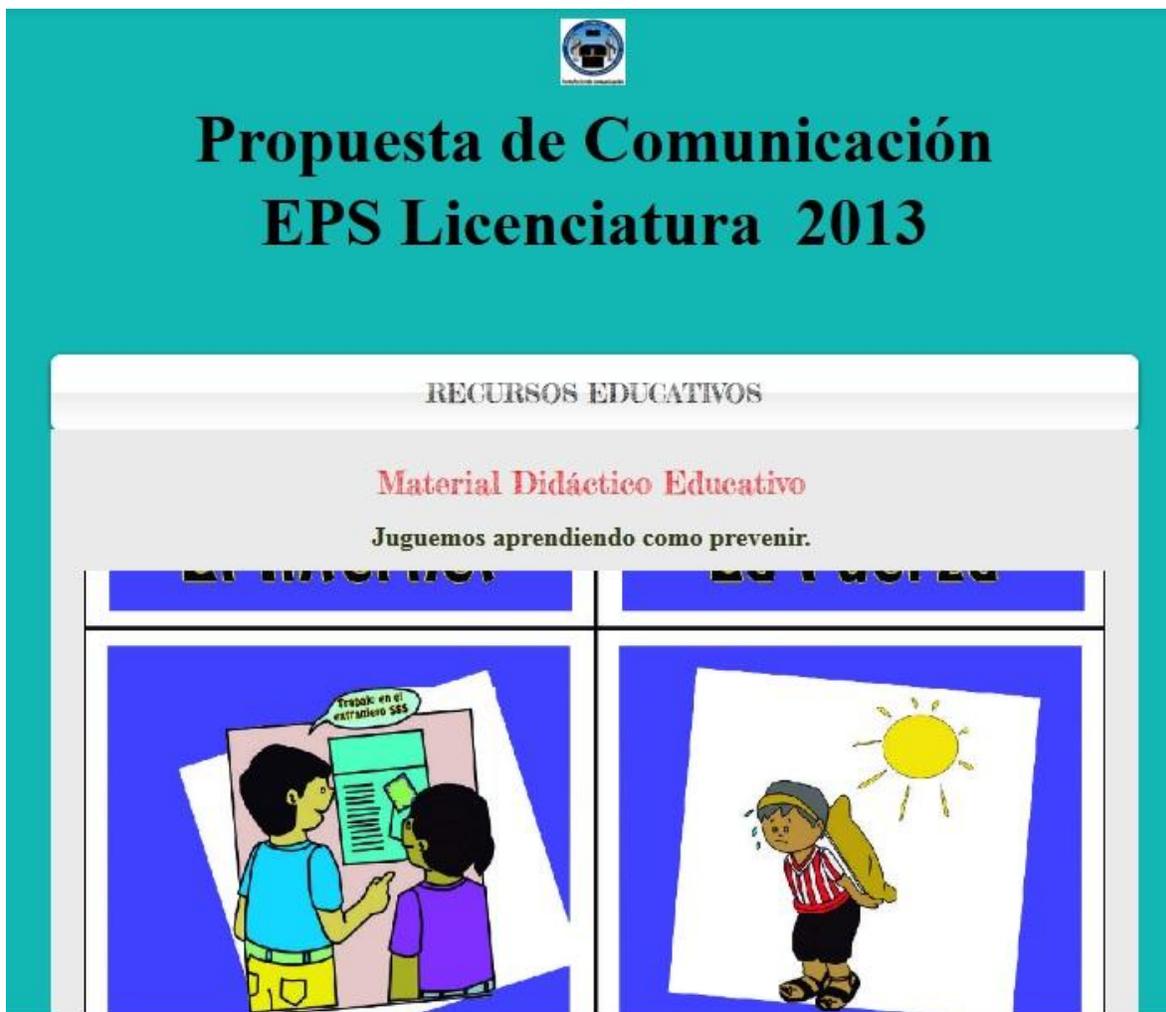


Grooming: Conjunto de acciones que lleva a cabo una persona sobre un menor, con un objetivo sexual.

Propuesta de material audiovisual utilizado para capacitaciones o talleres.

Sección Juegos (material didáctico educativo)

Juguemos aprendiendo como prevenir.



Propuesta de material para juegos grupales.

4.2 Objetivos de la Propuesta

4.2.1 Objetivo General

Desarrollar una propuesta de comunicación organizacional, para fortalecer la imagen corporativa de la asociación El Refugio de la Niñez. Y la implementación de una nueva sección dentro de la página web que brinde herramientas a la población. Que les permita acceder a información sobre los temas: de trata de personas, violencia sexual y explotación infantil.

4.2.2 Objetivos Específicos

- ❖ Colaborar para el desarrollo de una imagen positiva e identidad propia de la organización.
- ❖ Captar más visitantes y por ende, despertar el interés a nuevos voluntarios que trabajen por la niñez.
- ❖ Mantener unas relaciones positivas con medios de comunicación y contribuir con la sociedad.
- ❖ Integrar mejores herramientas a los programas de prevención como de la identidad corporativa en los temas de la niñez y adolescencia.

4.3. Misión

Contribuir con la institución, realizando una propuesta que fortalezca su imagen corporativa dar conocer cuál es su función; manejando de una mejor manera cuáles pueden ser los pasos para realizar un mejor desempeño comunicacional.

4.4 Visión

Que el documento elaborado contribuya con la asociación El Refugio de la Niñez, para mejorar su desempeño y contribuir a la población en los temas que trabaja la institución, desempeñando su labor en bienestar de las niños, niñas y adolescentes de Guatemala.

4.5. Elementos comunicacionales a utilizar en su propuesta

La realización de la propuesta de comunicación organizacional para el fortalecimiento de la imagen corporativa de la asociación El Refugio de la Niñez, con la implementación de la Rotulación de oficinas, Diseño de Pizarra Informativa y nueva sección de la página web, se deben de utilizar los siguientes elementos comunicacionales:

- ❖ Pizarra informativa.
- ❖ Computadora.
- ❖ Internet.
- ❖ Redes sociales.
- ❖ Guías educativas.
- ❖ Material educativo.
- ❖ Material impreso.
- ❖ Plantillas para página web.
- ❖ Páginas web.

4.6 Cronograma de Estrategia

Actividad		Meses							
Description de actividades		marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre
D I A G N O S T I C O	Primera fase observación	■							
	Revisión documental		■						
	Descripción de problema comunicacional			■	■				
	Diseño y elaboración de encuestas			■	■				
	Análisis de resultados de encuestas				■				
P R O P U E S T A	Elaboración del diagnóstico y borrador de propuesta comunicacional				■	■			
	Elaboración y rediseño de material didáctico				■	■			
	Elaboración de la estrategia en base a resultados del diagnóstico						■		
	Correcciones y presentación de propuesta comunicacional						■	■	
	Presentación de resultados a terna examinadora.								■

4.7 Proyección de la inversión

Producto	Descripción	Costo Unitario	Cantidad	Valor total
Rotulación de oficinas en oficinas centrales.	10 Rótulos de PVC, de 3mm. Con impresión digital full color en alta resolución en medidas 0.20x0.50 cms ² en vinil adhesivo pegado en PVC 2mm. Precio no incluye diseño.	Q.45.00	10	Q.450.00
Laminados	10 laminados transparentes que protegen la impresión de los rótulos, dándoles mayor durabilidad	Q10.00	10	Q.100.00
Diseño, con el logo y eslogan para pizarra informativa	2 diseños (uno con eslogan y el otro, utilizando el logo). Impresiones con diseño grande full color en alta resolución en vinil adhesivo	Q.50.00	2	Q.100.00
			Costo Total	Q.650.00

Implementación de nueva sección recursos educativos en página web.

Producto	Descripción	Costo
Nueva sección de recursos educativos.	<p>Se propone la creación de una nueva sección dentro del sitio Web refugiodelaninez.org.gt la cual servirá como un depósito de recursos.</p> <p>El diseño de un botón o un banner (2x4cm) para que el contenido sea accesible desde la página principal del sitio.</p>	Q.3,819.30
Diseño de la nueva sección web.	<p>1 Diseño gráfico-web a la medida en HTML5 con CSS.</p> <p>Estructura amigable con buscadores.</p> <p>Estructura adecuada para navegabilidad del visitante.</p> <p>10 secciones para información de su empresa.</p> <p>Hasta 20 archivos descargables proporcionados por el cliente (no incluye edición) .</p> <p>1 slideshow de 3 imágenes de Dreamstime® para página de inicio.</p> <p>Sugerencia manual al buscador de Google®.</p>	Q. 53.753,17
Opción autoadministrable.	1 GB extra de hospedaje web para opción autoadministrable.	

	<p>Creación y configuración de base de datos MySQL.</p> <p>Instalación de gestor de contenidos WordPress.</p> <p>Configuración de gestor de contenidos WordPress.</p> <p>1 hora de tutoría para actualizar página web.</p> <p>Posibilidad de aumentar, quitar o modificar botones de menú y contenido.</p> <p>Posibilidad de habilitar para blog.</p>	<p>Q. 19.826,83</p>
<p>Costo total.</p>		<p>Q. 73.399,30</p>

4.8 Conclusiones

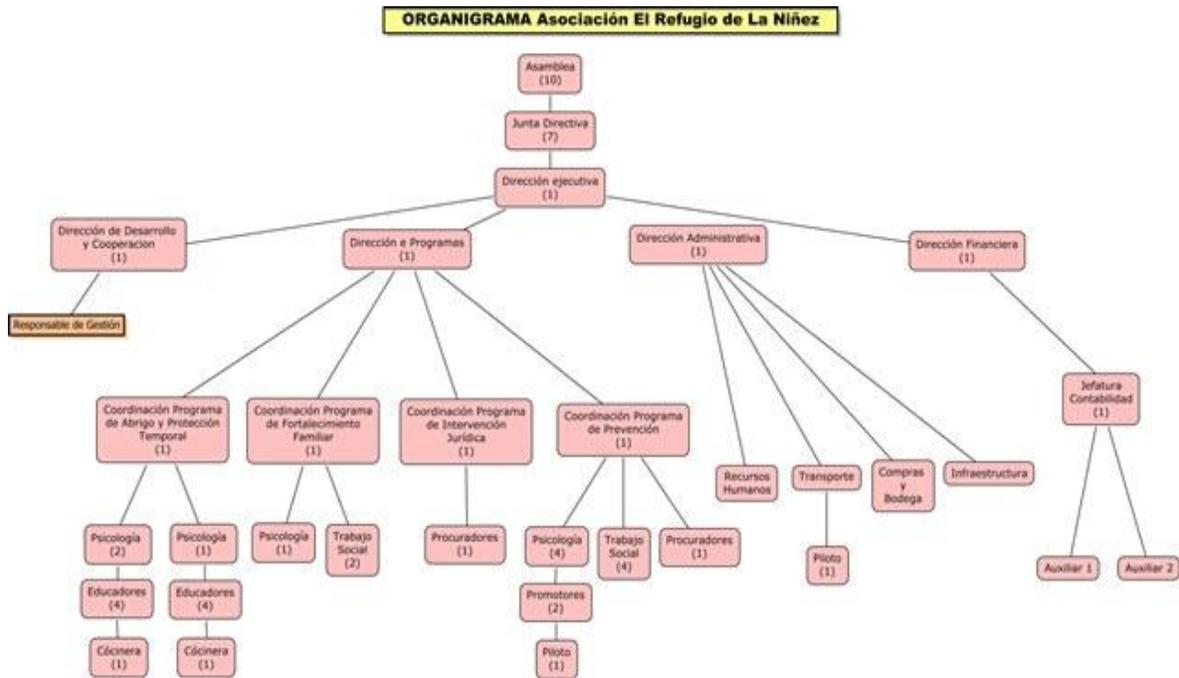
- ❖ El fortalecimiento de la imagen corporativa, proyecta confianza en la labor que se desarrolla en los trabajadores como en la población en general.
- ❖ La creación de una nueva sección más visual y amigable proporciona al usuario confianza, lo que produce que éste lo use regularmente y cumpla con el fin de sensibilizar a la población.
- ❖ Se determinó que mantener buenas relaciones con los medios de comunicación, fortalecen la imagen de la institución por trasladar a la población los aspectos positivos del trabajo que se realiza.
- ❖ Brindar nuevas herramientas, fomentan que la identidad corporativa, se enfoque en fortalecer, los esfuerzos en impulsar los programas de prevención.

4.9 Recomendaciones

- ❖ A los directivos de la asociación, implementar nuevas estrategias con el fin de fortalecer los programas de prevención aprovechando las redes sociales y pagina web.
- ❖ Promover el uso del eslogan de la asociación “*Por un mundo mejor para la niñez*” para motivar a empleados a conocer cuál es el fin del trabajo que se realiza.
- ❖ Que los empleados utilicen el logo de la asociación como fotografía en los correos institucionales, para fomentar la identidad corporativa y mantener una imagen unificada.
- ❖ Se sugiere la creación de guías de prevención por parte de los profesionales, valorando y promoviendo, la experiencia adquirida en el trabajo de campo que se realiza.

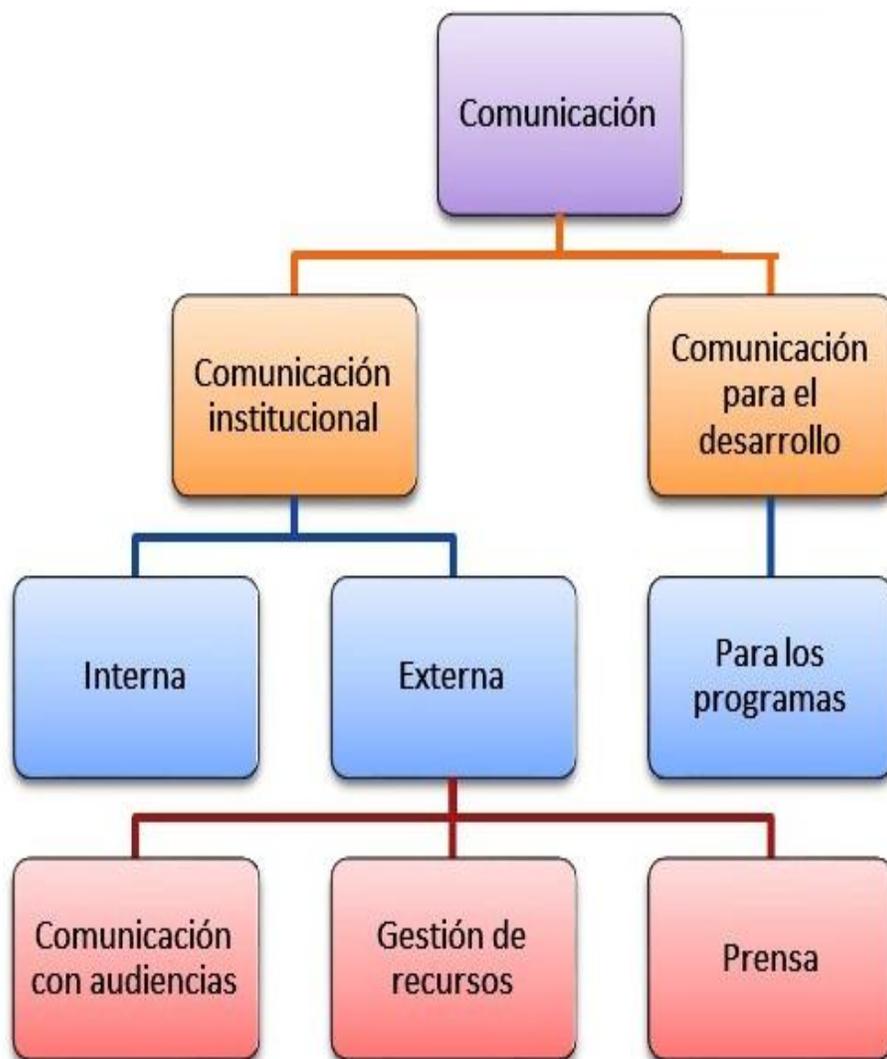
Anexos

a. Estructura Organizativa



Fuente: Refugio de la Niñez.

b. Estructura de comunicación

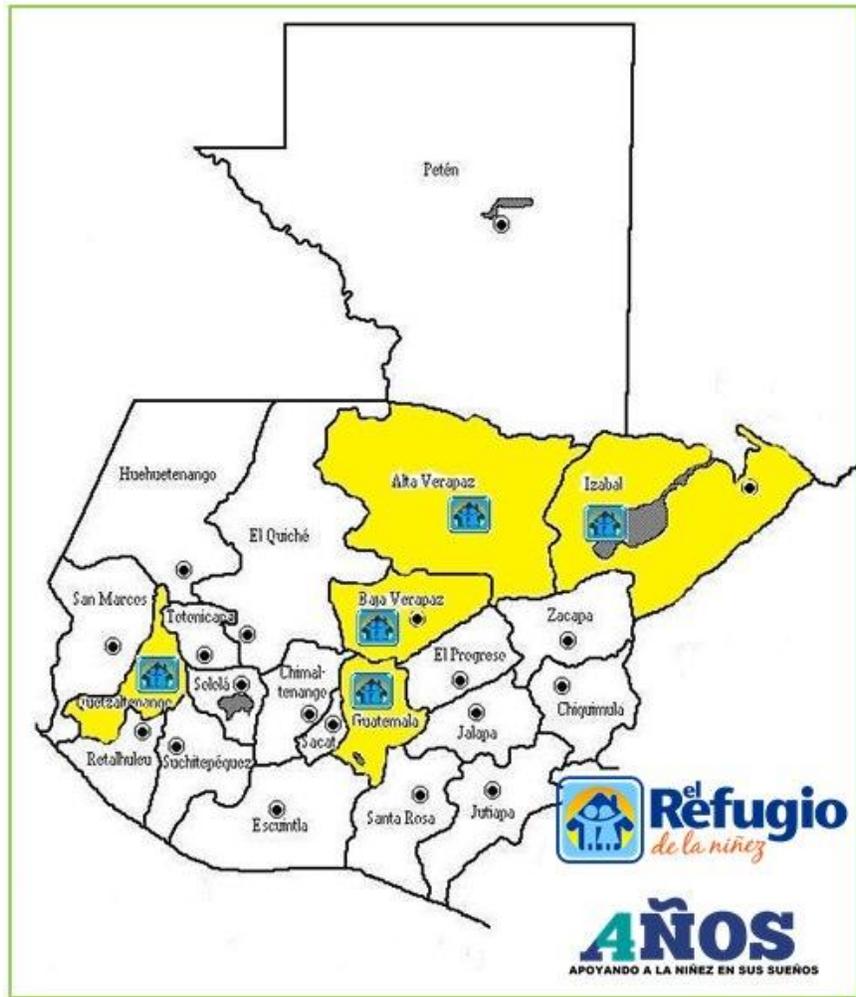


Fuente: Comunicación Refugio de la Niñez

c. Mapa de la cobertura de El Refugio de la Niñez

Ubicación de las sedes departamentales:

- Ciudad de Guatemala.
- Quetzaltenango.
- Alta Verapaz.
- Baja Verapaz.
- Izabal.



Fuente: Refugio de la Niñez.

d. Notas Realizadas para boletines institucionales

Notas redactadas para los boletines institucionales mensuales sobre la violencia en contra de la niñez.

La niñez y adolescencia guatemalteca



En Guatemala es preocupante la situación de la niñez y la adolescencia, puesto que la poca inversión en educación y protección hacen que se conviertan en blancos fáciles de grupos delincuenciales.

Los índices muestran, que cada día más niños, niñas y adolescentes se involucran en actos delictivos. Según estadísticas del Instituto Nacional de Ciencias Forenses de Guatemala -INACIF-, de enero a los primeros días del mes de junio, se han registrado más de 270 casos de muertes de niños y adolescentes por arma de fuego.

El mayor porcentaje de las muertes se da entre las edades de los 15 a los 19 años, una cifra alarmante y que no cambia, dado que durante el 2012 se registraron 592.

Proteger y garantizar los derechos humanos de los niños y adolescentes y buscar cuáles son los factores que influyen para mejorar sus condiciones de vida, es algo que vale la pena y urge analizar.

La desintegración familiar, la poca atención que reciben de parte de las personas que los supervisan y las pésimas condiciones de vida, son las principales causas de que se involucren en pandillas.

Este es un llamado de atención para todos, para que trabajemos e incidamos en la necesidad de fortalecer y fomentar los valores y principios a nuestros niños, niñas y adolescentes.



Nota sobre talleres de capacitación sobre el uso correcto de las redes sociales y la telefonía móvil, impartidas en las comunidades de Raxaha, Caquigua y Sesimaj, San Pedro Carchá en Cobán.

PÁGINA 2

Uso correcto de las redes sociales y los celulares




"La Ley contra la Violencia Sexual, Explotación y Trato de Personas 09-2009, castiga la distribución de imágenes de niños, niñas y adolescentes en actos sexuales"



Como aporte a la juventud en materia de prevención, **El Refugio de la Niñez** brindó tres talleres sobre "El uso correcto de teléfonos móviles y las redes sociales", en las comunidades de Raxahá, Caquigua, y Sesimaj del municipio de San Pedro Carchá, Cobán, Alta Verapaz.

Cada taller estuvo enfocado en la prevención social y educativa, contribuyendo a que los participantes conocieran y prevengan los delitos que pueden cometer si utilizan mal los celulares y las redes sociales.

Los temas expuestos fueron: El Sexting, La Sextorsión, El Grooming, El Acoso Cibernético y El Riesgo de Localización, acciones que muchas veces pasan desapercibidas por nuestros niños, niñas y adolescentes, pero que existen y pueden hacer daño a su integridad física y emocional.

Para **El Refugio de la Niñez**, es urgente que la niñez y la adolescencia conozca los riesgos a su alrededor, para prevenir el ser abusados y explotados sexualmente.

En cada uno de los talleres fue evidente el interés de la población y la buena disposición de conocer más acerca de estos delitos, comprometiéndose a compartir y a denunciar.

DEFINICIONES:

Sexting: Es el acto de enviar mensajes o fotografías sexualmente explícitas por medios electrónicos, especialmente entre teléfonos celulares.

Sextorsión: Este término proviene de la combinación de sexo + extorsión y consiste principalmente en una manera de manipular y chantajear a la víctima por medio de imágenes de su cuerpo que circulan a través de internet o de teléfonos móviles.

Grooming: Son acciones deliberadamente emprendidas por un adulto con el objetivo de ganarse la amistad de un menor de edad, al crearse una conexión emocional con el mismo, con el fin de disminuir las inhibiciones del niño y poder abusar sexualmente de él.

Ciberbullying: Es la intimidación psicológica u hostigamiento que se produce entre pares, frecuentemente dentro del ámbito escolar (no exclusivamente) sostenida en el tiempo y cometida con cierta regularidad, utilizando como medio las tecnologías de la información y la comunicación.

Riesgo de Localización: Esto se da, cuando una persona deliberadamente coloca la ubicación de todos los lugares que visita y se convierte en presa fácil de delincuentes.



BOLETÍN INSTITUCIONAL

e. Spot radial para campaña de prevención

Los mensajes radiales fueron grabados en 4 idiomas.

1. Castellano,
2. Achí,
3. Q'eqchi',
4. Poqomchí.

Asociación: El Refugio de la niñez
Formato: Spot de radio
Tema: Prevención de la Trata de Personas
Locutor 1: (Ana)
Locutor 2: (Sofía)

Spots radial para prevención de Trata de Personas.

Música _____

Loc. 1	Ana	¡¡Sofí, Sofí!! Encontré trabajo, pagan muy, pero muy bien, solo que tengo que viajar.
Loc.2	Sofía	¡¡En verdad!! ¿Y dónde es?, ¿conoces a la persona que te ofreció el trabajo?
Loc.1	Ana	¡No!.... encontré el anuncio en un periódico y llamé, me dijeron que pagan el viaje y el sueldo es muy bueno.
Loc.2	Sofía	¡¡CUIDADO ANA!! Puedes caer las manos de una red de trata de personas.
Loc.1	Ana	¿Trata de Personas?, ¿y qué es eso?
Loc.2	Sofía	Son grupos de personas que en ocasiones ofrecen buenos empleos, pero luego te abusan, golpean y explotan sexualmente, pueden prostituirte y encerrarte.

Voz en off: **No confíes en personas que te prometan trabajo fácilmente, cuéntale siempre a una persona adulta lo que te están ofreciendo. La trata existe y se puede evitar.**

Música _____

La grabación y edición de estos mensajes fue coordinado con la Asociación Share de Guatemala, quien se unió al trabajo realizado por El Refugio de la Niñez, apoyando a los niños, quienes realizaron la locución de cada spot, en sus idiomas maternos.



Fotos: Refugio de la Niñez

f. Encuesta realizada



Universidad de San Carlos de Guatemala



Escuela de Ciencias de la Comunicación.

EPS 2013

Encuesta dirigida a Reporteros que cubren temas relacionados al trabajo que realiza la asociación “El Refugio de la Niñez”.

El objeto de la presente encuesta, es establecer el grado de proyección que tiene sobre los temas que trabaja la asociación y la forma en que se percibe la asociación por parte de los medios de comunicación.

Su colaboración y opinión será de gran valor.

Género: M: _____ F _____

1. ¿Conoce la asociación, El Refugio de la Niñez?

Si _____ No _____

2. ¿Conoce el trabajo que realiza El Refugio de la Niñez?

Si _____ No _____

3. ¿Ha visitado las instalaciones de la asociación El Refugio de la Niñez?

Si _____ No _____

4. ¿Ha visitado la página web y redes sociales de la asociación El Refugio de la Niñez?

Si _____ No _____

5. ¿Qué tipo de información ha buscado en su página web o redes Sociales?

Información de la asociación _____
Noticias de eventos realizados _____
Información de trabajo mensual _____
Otros _____

6. ¿Que otro tipo de información le gustaría encontrar?

Estadísticas _____
Planificación y seguimiento de actividades _____
Entrevistas opiniones de expertos _____

7. ¿Cómo conoció usted a la asociación El Refugio de la Niñez?

Invitación a conferencia de prensa _____
Por el medio de comunicación donde labora _____
Redes sociales _____
Trabajo realizado por la parte administrativa _____
Otros _____

8. ¿Conoce usted de las formas de funcionamiento de la asociación El Refugio de la Niñez?

Mucho _____
Regular _____
Poco _____

9. ¿Cree importante la capacitación, y que existan programas y campañas de prevención, en los temas que trabaja El Refugio de la Niñez?

Si _____ NO _____

10. ¿Le gustaría recibir información sobre la asociación?

Si _____ NO _____

Gracias por su colaboración.

g. Trifoliar para campaña de riesgos en la red (delitos informáticos)

CONSEJOS

Conocer el nivel de seguridad y privacidad de los dispositivos y aplicarlo de manera responsable.

No ser participe del sexting: ni creándolo, ni reenviándolo, ni fomentándolo.

No ceder ante la presión ni el chantaje

"Piensa antes de publicar "







Síguenos

www.refugiodelaniñez.org.gt

elrefugio.delaniñez@facebook.com

twitter.com/ElRefugioNiñez

DELITOS INFORMÁTICOS

"UNA AMENAZA DESCONOCIDA"



La violación de la intimidad es un delito recogido en el Código Penal."

Sin darte cuenta puedes ir a parar a la cárcel.

¿SABES QUE ES ?

Sexting: Es la combinación de dos palabras específicas: Sex y Texting (mandar un mensaje de texto) o fotografías sexualmente explícitas por medios electrónicos, especialmente entre teléfonos celulares.

Ciberbullying: Es cuando un menor atormenta, amenaza, hostiga, humilla o molesta a otro menor mediante Internet, teléfonos móviles, consolas de juegos u otras tecnologías.

Ciberacoso: La diferencia con el "Ciberbullying" es que en este caso, lo protagonizan adultos, entonces lo denominamos ciberacoso.

Sextorsión: Es una forma de explotación sexual en la cual se chantajea a una persona por medio de una imagen de sí misma desnuda que ha compartido a través de Internet mediante sexting.



El Grooming: Son las prácticas online de ciertos adultos para ganarse la confianza de un (menor fingiendo cariño, con fines de satisfacción sexual y así obtener imágenes del menor desnudo o realizando actos sexuales). Por tanto está muy relacionado con la pederastia y la pornografía infantil en Internet.



RIESGOS

Amenaza la privacidad del menor

Riesgos psicológicos

Riesgos físicos (exposición a terceros)

Violación de la intimidad



ASPECTOS ILEGALES

El Sexting puede derivar en problemas legales (incluso penales) de diverso tipo, incluyendo:

1. Producción, posesión y/o distribución de pornografía infantil.
2. Corrupción de menores.
3. Vulneración del derecho al honor y a la propia imagen.
4. Difusión ilícita de datos personal (la imagen es considerada un dato personal).
5. Acoso.

Bibliografía

- Aceituno Juárez, Samuel (2010) Estrategia de comunicación interna para el fortalecimiento de la cultura organizacional de la empresa Construgua Leasing, S.A. Tesis Maestría en Comunicación Organizacional, Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Alegría Herrera, Oscar Rene (2003) Propuesta de Estrategias Comunicacionales internas y externas para crear una imagen positiva del ministerio de Finanzas Públicas de Guatemala. Tesis Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Aguer Hortal, Mario (2005) La era de las organizaciones virtuales, Madrid, España, Ediciones Pirámide.
- Collis, David J. y Montgomery, Cynthia A. (coaut) Forcadell Martínez, Francisco Javier (trad.); (2007) Estrategia Corporativa: un enfoque basado en los recursos. Madrid, España; McGraw-Hill.
- Costa Joan (2009). Imagen Corporativa en el siglo XXI. (4ta edición). Buenos Aires, Argentina: La Crujía Ediciones.
- Claudin, Víctor y Anabitarte, Héctor (1986) Diccionario General de la Comunicación, Barcelona, España; Editorial Mitre.
- De la Mota, Ignacio H (1998) Diccionario de la comunicación, (Tomo I Y II), Madrid, España; Thomson Paraninfo, S.A. (p.75).

- Dubón Bendfeldt. Leonel Asdrúbal (2012).Violencia Sexual, Explotación y Trata en Adolescentes Práctica realizada en la Asociación “El Refugio de la Niñez”. Tesis Licenciatura en Psicología Clínica y Consejería Social, Guatemala: Universidad Panamericana.
- González Alonso, Carlos (1990) Principios básicos de comunicación (1era reimpresión) Mexico; Editorial Trillas, S.A.
- González Culajay, Donald Bonatti (2003) “Curso introductorio de semiología General” (2da edición) Guatemala.
- Gilli Juan José (2011) Diseño organizativo: estructura y procesos, Buenos Aires, Argentina 1era edición, Editorial Granica S.A.
- Martínez de Velasco, Alberto, (1998) Comunicación organizacional práctica, (1era edición), México. Editorial Trillas
- Ovalle Escobar. Sandra Cecilia (2011) “Fortalecimiento de la Imagen Corporativa de la Biblioteca Municipal Prof. Sergio Orozco Fuentes y de la Escuela de Marimba del Municipio de Tejutla, Departamento de San Marcos”. Tesis Licenciatura en Ciencia de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Pedroni Chautemps, Ana María (2004) Semiología: un acercamiento didáctico, (4ta edición) Guatemala; Editorial Universitaria
- Pérez Rivera, Maritza Raquel (2006). Modelo de Gestión de Comunicación para el cambio organizacional en Guatemala. Tesis Ingeniería Industrial. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.

- Quintanilla Monterroso de Revil-Baudard, Ana Lily (2010) Diagnóstico y propuesta de estrategia de comunicación interna para la Fundación Guillermo Toriello, Tesis Maestría en Comunicación Organizacional; Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala
- Revolorio García, Karen Vanessa (2013) Estrategia de comunicación, “Comunicar paso a paso”, Guatemala: Refugio de la Niñez.
- Revolorio García, Karen Vanessa (2013) Plan de comunicación 2012-2014. Guatemala: Refugio de la Niñez.
- Sandoval, Olinda (2010) Diseño de una estrategia de comunicación para el fortalecimiento del sistema de comunicación interna en el Hospital de Rehabilitación del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social Tesis Maestría en Comunicación Organizacional, Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.

Electrografía

- Ansede Espiñeira, Pablo (Mayo 2010) La comunicación en las organizaciones en la sociedad del conocimiento
(<http://www.xente.mundoom/ansede/comunica.pdf>)
- Luis Durand, (Julio, 2013) ¿Por qué debes usar Redes Sociales para mejorar tu #Branding? 08 de julio 2013,
(<http://durandcomunicaciones.blogspot.com/>)
- <http://www.refugiodelaninez.org.gt/inicio/>