

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

**“USO EFECTIVO DE REDES SOCIALES PARA LA COMUNICACIÓN
INTERNA DE LA DEFENSORÍA DE LA MUJER INDÍGENA”**

JOSÉ GABRIEL AMAYA ROMERO

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA, NOVIEMBRE 2014

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

**“USO EFECTIVO DE REDES SOCIALES PARA LA
COMUNICACIÓN INTERNA DE LA DEFENSORÍA DE LA MUJER
INDÍGENA”**

Informe Final De Ejercicio Profesional Supervisado E.P.S.

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

JOSÉ GABRIEL AMAYA ROMERO

Previo a optar el título de:
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Asesor:
M.A. Sergio Morataya

GUATEMALA, NOVIEMBRE 2014

Consejo Directivo

Director

Licenciado Julio Estuardo Sebastián Chilín

Secretaria

M.A. Claudia Molina

Representantes de docentes

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor Carillas Brán

Representante de los egresados

Lic. Michael González Batres

Representantes estudiantiles

Pub. Joseph Mena

Pub. Carlos León

Coordinador de EPS

M.A. Sergio Vinicio Morataya García

Supervisora de EPS

Licda. Floralba Pérez Folgar

Guatemala, 12 agosto 2014

Señor:
Máster: Sergio Morataya
Coordinador EPS de Licenciatura
Presente

Estimado Señor:

Reciba un saludo cordial, que el Creador y Formador, le acompañe en sus actividades diarias y en sus propósitos.

Yo, María Reyes Vicente, a cargo de la Unidad de Comunicación Social de la Defensoría de la Mujer Indígena, Doy fe, de que el epesista **José Gabriel Amaya Romero**, con número de carné 199910560, realizó su Práctica Profesional Supervisada (EPS), en tiempo reglamentario, habiendo dado inicio en el mes de 4 de febrero y finalizando el mes de 14 agosto de 2014.

Así mismo, confirmo que su asistencia se realizó de lunes a viernes, en horario previamente reglamentado, mostrando buenas relaciones interpersonales, responsabilidad y profesionalismo en las tareas que se le asignan, cumpliendo con el reglamento interno de la institución.

Agradecemos al programa de Ejercicio Profesional Supervisado, permitiendo que instituciones como la Defensoría de la Mujer Indígena, se fortalezcan a través de los conocimientos de los estudiantes en materia de comunicación.

Sin ningún otro particular me despido de usted.



María Reyes Vicente
Unidad de Comunicación Social
Defensoría de la Mujer Indígena



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

Guatemala, 27 de octubre de 2014

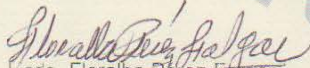
Estudiante
José Gabriel Amaya Romero
Carné: 199910560
Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final del Proyecto de EPS con título: "Uso efectivo de Redes Sociales para la Comunicación interna de la Defensoría de la Mujer Indígena".

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

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Licda. Floralba Pérez-Forgar
Supervisora de EPS




Vo. Bo. M.Sc. Sergio Morataya
Coordinador EPS Licenciatura



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

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

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

DEDICATORIA

Hoy al concluir una de las metas propuestas en mi vida agradezco de manera muy especial a las personas que en todo momento estuvieron dándome su apoyo moral, espiritual y económico. Significan mucho para mí. A cada uno dedico este triunfo.

A Dios: Por darme la vida, cuidarme, guiarme y darme fortaleza en los momentos difíciles. Reconociendo que Él me dio la inteligencia y sabiduría desde el inicio hasta el final de esta meta.

A Sarita Álvarez y Fátima Amaya: Por su amor, paciencia, comprensión y ayuda para culminar esta meta.

A mi familia: Padres, hermana y abuelos, quienes a pesar de la distancia, hacen sentir su apoyo

A mis amigos y compañeros: En especialmente a mis dos compañeras epesistas y mi asesor Lic. Carlos Vásquez. Mi más sincero respeto y afecto por brindarme su apoyo cuando lo necesitaba.

RESUMEN

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA.

Unidad académica:

Escuela de Ciencias de la Comunicación (ECC).

Título:

“USO EFECTIVO DE REDES SOCIALES PARA LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LA DEFENSORÍA DE LA MUJER INDÍGENA”.

Autor:

JOSÉ GABRIEL AMAYA ROMERO.

Metodología:

Investigación acción. Por medio de la investigación se detectó la problemática del poco uso que se realizaba de las redes sociales para una mejor comunicación interna de la institución, y después de creadas las páginas y blogs propuestos se deja un reglamento para normas su uso a largo plazo.

Instrumentos y técnicas:

Para la objetiva obtención de datos se utilizó la entrevista, encuestas, observación documental elaboración de FODA institucional.

Resultados y conclusiones.

Los resultados obtenidos son positivos para la institución debido a que satisfacen necesidades desde el ámbito comunicacional interna de la institución.

Como estudiante de ciencias de la comunicación el ejercicio de Estudio de Práctica Supervisada, fue favorable, puesto que permitió un aprendizaje real y vivencial, donde se pudo aplicar todos los conocimientos obtenidos a lo largo de la carrera.

INDICE

	No. Página.
Consejo Directivo	I
Carta de la Institución –DEMI–	II
Dictamen Favorable	III
Efectos Legales	IV
Dedicatoria	V
Resumen	VI

Capítulo I

1. Objetivos	12
1.1. Objetivos Generales	12
1.1.2. Objetivos Específicos	12
1.2. La Institución	13
1.2.1. Antecedentes	13
1.2.2. Ubicación	14
1.2.3. Misión y Visión	15
1.2.4. Organigrama	15
1.3. FODA	16
1.4. Metodología	17
1.4.1. Descripción del Método	17
1.4.2. Instrumentos	18
1.5. Recopilación de Datos	18
1.5.1. Fichas de entrevistas	18
1.5.2. Resultados de Entrevistas	20
1.5.3. Tablas comparativas puntos de encuentros entre los entrevist..	21
1.5.4. Gráficas, cuadros e interpretación de las encuestas	23
1.6. Radiografía de la institución	24
1.6.1. Descripción de la Comunicación Interna	24
1.6.2. Infraestructura “Mobiliario y equipo, Cartelera,	

Conectividad a Internet.”	25
1.6.3. Canales de Comunicación Interna	26
1.6.4. Rumores	27
1.6.5. Descripción de la Comunicación Externa	27
1.6.6. Plan Operativo Anual 2014	28
1.6.7. Campañas Realizadas	29
1.6.8. Plan Estratégico que se está ejecutando	30
1.6.9. Plan Estratégico que se va ejecutar	31
1.6.10. Presupuesto de Comunicación	31
1.7. Modelo de la encuesta	32

Capítulo II. Plan de Comunicación.

2. Estudio de mercado o Radiografía de la Institución	34
2.1. Descripción de la Comunicación Interna	34
Ámbito Institucional:	34
Ámbito Poblacional:	34
Ámbito Temporal:	34
2.2 Infraestructura (Mobiliario y equipo, cartelera, conectividad a Internet)	35
2.2.1 Canales de Comunicación Interna	36
a) Boletín informativo electrónico	36
b) Buzón electrónico	36
c) Manual de redes institucional	36
2.3 Objetivos	38
2.3.1 Institucional	38
2.3.2 Comunicacional	38
2.3.3 Público Objetivo	38
a) Público interno	38
b) Público externo	39
2.4. Mensaje	39
2.5 Estrategia	40
2.6 Planes de Comunicación:	40
2.6.1 Manual de redes institucional –DEMI–	40
2.6.2 Boletín informativo electrónico	41
2.6.3 Buzón electrónico	41

2.7 Presupuesto	42
Capítulo III. Ejecución.	
3. Descripción de actividades ejecutadas	43
3.1 Descripción de los ejes	44
3.1.2 Boletín informativo electrónico	44
3.1.3 Manual de redes institucional	45
3.1.4 Buzón electrónico	46
3.2. Estrategias desarrolladas durante EPS	46
3.2.1. Monitoreo de medios impresos, digitales y redes sociales	46
3.2.2. Manejo de redes sociales	47
3.2.3. Apoyo logístico en comisiones de la institución	47
Capítulo IV, Evaluación.	
4. Evaluación Control y seguimiento de la estrategia.	48
4.1. Descripción	50
Conclusiones	52
Recomendaciones	53
Bibliografía	54
E-grafía	55
Anexos,	
Cronograma de actividades	56
Portada, Manual de Redes Sociales Institucional	57
Boletín electrónico	58
Buzón electrónico	59

Capítulo I. Diagnostico

1. Objetivos

1.1 Objetivos Generales

Determinar mediante un estudio diagnóstico institucional, las condiciones de la comunicación que se desarrolla en la Defensoría de la Mujer Indígena, de acuerdo a su mandato gubernativo y sus funciones en el ámbito interno y externo.

1.1.2. Objetivos Específicos

- Observar y analizar las diversas formas de comunicación que se desarrollan al interno y externo de la institución.
- Recopilar, analizar y sistematizar documentos, informes, planes y proyectos de la institución y sus canales de divulgación e información.
- Observar y analizar la percepción que tienen las entidades gubernamentales y no gubernamentales que trabajan y coordinan con la institución.
- Verificar los niveles de comunicación y coordinación con las diferentes unidades y direcciones de la Defensoría de la Mujer Indígena,
- Identificar las formas de comunicación escrita, verbal, simbólica y auditiva que se ejerce en la institución, tanto interna como externa.
- Desarrollar metodologías participativas que involucren a las autoridades y mandos medios y bajos a través de la técnica de la entrevista, la encuesta y dinámica de grupos.
- Desarrollar la metodología del FODA, identificando las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que tiene la institución respecto a la comunicación.
- Generar actividades interactivas con el personal de la institución desde los más altos niveles a los más bajos en la altura jerárquica.
- Involucramiento en las actividades, acciones, planes y proyectos institucionales para la interacción vivencial.
- Realizar un informe diagnostico que refleje las problemáticas, debilidades y potencialidades de comunicación para la implementación de estrategias.

1.2. La Institución

1.2.1. Antecedentes

DEMI, es una institución gubernamental con participación de mujeres indígenas que depende de la Presidencia de la República. Su función es dar respuestas a la situación de discriminación y racismo mujeres Mayas Xinka y Garífunas , tanto en el área rural como urbana. Sus funciones son: atender las particularidades de vulnerabilidad, indefensión y discriminación, para lo cual promueve acciones de defensa en pleno ejercicio de los derechos de las féminas. Cuenta con doce sedes regionales y sus áreas sustantivas de trabajo son: Promoción y Desarrollo Político Legal, Formación, Capacitación y Educación y Atención Integral de Casos.

En 1999, a través del Acuerdo Gubernativo 525-99, queda establecida la Defensoría, producto de una consulta nacional promovida por organizaciones de mujeres de diferentes etnias aglutinadas en la Comisión Nacional Permanente de los Derechos Humanos, -CNP-DMI-, quienes presentaron la propuesta de creación a la Secretaria de la Paz, SEPAZ, proceso realizado desde 1997. El Acuerdo Gubernativo 525-99, establece que la DEMI es una institución gubernamental con participación de las mujeres indígenas de las distintas comunidades lingüísticas del país. El nacimiento a la vida política de la misma se da con la adscripción a la Comisión Presidencial de Derechos Humanos, COPREDEH, ente coordinador de la política del poder Ejecutivo en materia de Derechos Humanos.

La Defensoría se constituyó en el principal mecanismo de protección y la defensa de los derechos de aquellas que se encuentran en situaciones de desventaja y de discriminación en todos los espacios, abriendo el camino para el desarrollo de las mismas. Con visión basada en los principios y valores de los pueblos indígenas, inicia su lucha en la protección, defensa y promoción con el fin de erradicar todas las formas de violencia y discriminación y darle un lugar como persona, mujer, madre, esposa y visibilizar sus aportes en la sociedad en todos los ámbitos.

Las acciones de la institución se inician con un corto alcance, debido a la dependencia financiera y política de la COPREDEH en la que quedó adscrita desde su creación. El liderazgo y la apropiación de la institucionalidad de la DEMI generan acciones de incidencia política, promoviendo su modificación jurídica con la publicación del acuerdo 442-2007, que eleva a la institución de categoría, posicionándola dentro del poder Ejecutivo, coordinada política y financieramente desde la Presidencia de la República. Este avance político permitió mayores alcances para el trabajo en beneficio de las mujeres indígenas, impulsando y ejecutando políticas públicas a favor de la protección y defensa de todas las formas de violencia y discriminación. Hasta la fecha sus autoridades superiores que son nombradas por el Presidente de la República han sido desde su creación: Juana Catinac, María Teresa Zapeta, Cleotilde Cu Caal y Gloria Esperanza Laynez.

1.2.2 Ubicación

La Defensoría encuentra ubicada en su sede central en la 15 calle 6-59 zona 1, Ciudad de Guatemala y cuenta con 11 sedes regionales ubicadas en:

- Regional Alta Verapaz en la 2da. Calle 2-11, zona 2 Palacio de la Gobernación 1er. Nivel, Cobán Alta Verapaz y su e-mail: altaverapaz@demigob.gt.
- Regional Huehuetenango en la 12 avenida 6-04, zona 5 Colonia Paulina María, Huehuetenango y su e-mail: huehuetenango@demigob.gt.
- Regional San Marcos en la 7ª. Avenida "A" 12-51, zona 1 Cantón Santa Isabel, San Marcos, San Marcos y su e-mail: sanmarcos@demigob.gt.
- Regional Quetzaltenango en la 8ª. Calle 0-06, zona 7 Quetzaltenango, Quetzaltenango y su e-mail: quetzaltenango@demigob.gt.
- Regional Izabal en la 12 Calle y 4ta. Avenida esquina Puerto Barrios, Izabal y su email: izabal@demigob.gt.
- Regional Suchitepéquez en 10ª. Calle Mercado No. 2 Planta Alta, Local 7 Mazatenango, Suchitepéquez y su e-mail: suchitepequez@demigob.gt.
- Regional Baja Verapaz en la 3ª. Calle 7-83, zona 1 Barrio El Centro Salamá, Baja Verapaz y e-mail: bajaverapaz@demigob.gt.

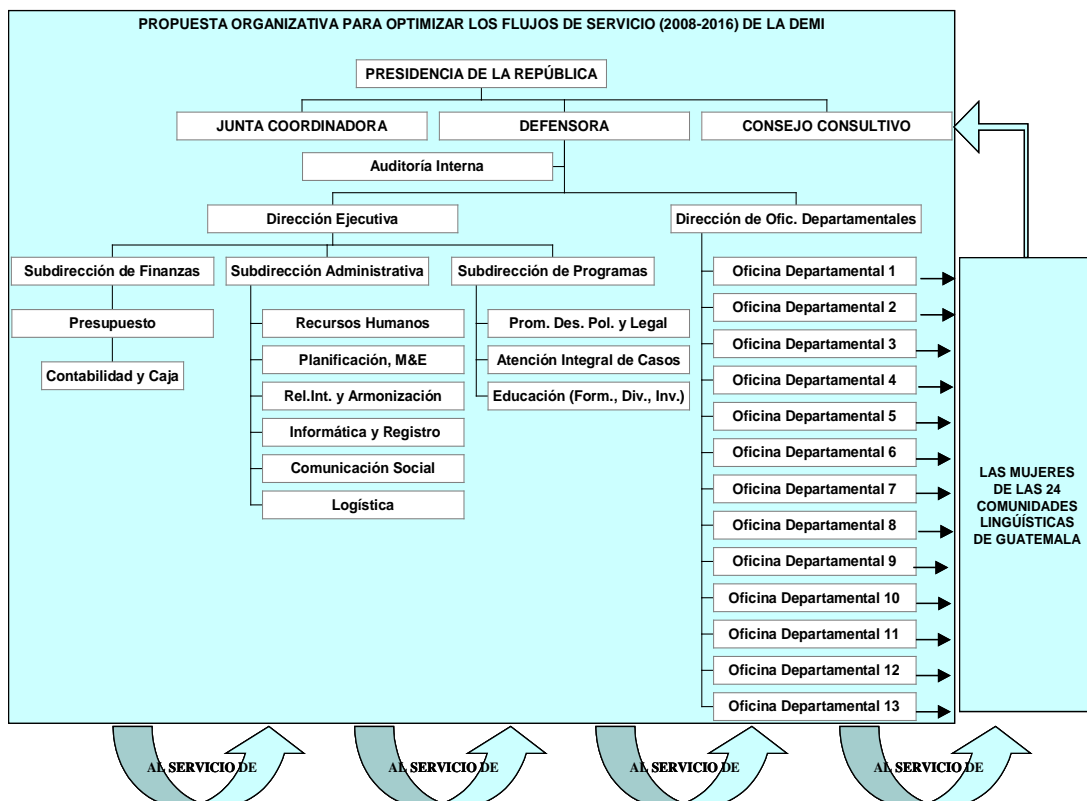
- Regional Santa Rosa en 3ª. Calle 2-53 zona 4, Barrio El Llanito Cuilapa, Santa Rosa y su e-mail: santarosa@деми.gob.gt.
- Regional Quiché en 6ª. Calle 6-16 zona 1 Santa Cruz Quiché, Quiché y su e-mail: quiche@деми.gob.gt.
- Regional Petén 1ª. Avenida 3ª. Calle1-12, zona 1 Poptún, Petén y su e-mail: peten@деми.gob.gt.
- Regional Sololá 6ª. Avenida 12-42 zona 2, Barrio el Carmen Sololá, Sololá y su e-mail: solola@деми.gob.gt.

1.2.3. Marco Filosófico (Misión y Visión)

Misión: Defender y promover el pleno ejercicio de los derechos de las mujeres indígenas, para contribuir a la erradicación de todas las formas de violencia y discriminación contra la mujer indígena.

Visión: Ser una institución pública, consolidada que promueve el pleno ejercicio de los derechos de las mujeres indígenas en base a los principios y valores de los pueblos indígenas.

1.2.4. Organigrama



1.3. FODA

La experiencia institucional ha permitido realizar estudios en la línea he identificar sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, que se complementaron con el estudio realizado en el ejercicio diagnóstico.

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> ➤ DEMI cuenta con proyectos planificados para cada unidad en su Plan Operativo Anual. ➤ Fuentes de financiamiento del Estado y de Organizaciones Internacionales. ➤ Comunicación con instituciones Gubernamentales. ➤ Cuenta con 11 sedes regionales para promover sus servicios. ➤ Personal competente en las diferentes unidades. ➤ Material informativo para dar a conocer los servicios. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Brinda sus servicios en idioma materno a las usuarias. ➤ Aumentar el presupuesto asignado por el Estado. ➤ Contratar personal para estabilizar cada una de las unidades. ➤ Extender sus servicios a los departamentos del país que hacen falta cubrir ➤ Adquirir más equipo tecnológico para mejorar las necesidades existentes en la institución. ➤ Gestionar otro edificio para mejorar las condiciones laborales.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Poco personal que no es suficiente para los servicios que presta cada unidad. ➤ Falta de visibilización de la imagen de la institución ante el público. ➤ A pesar de contar con un edificio donde hay diferentes unidades, algunos espacios carecen de aire acondicionado y tamaño adecuado para realizar las labores. ➤ La inestabilidad de ciertas unidades con relación al personal. ➤ Falta de inducción al puesto, para que el personal nuevo se adapte al trabajo que tiene que realizar. ➤ Inestabilidad en la ubicación de las oficinas. ➤ Falta de publicidad e imagen en los medios de comunicación para divulgar los servicios a mas usuarias. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Reducción de fondos por parte del Estado. ➤ Finalización de apoyo de organizaciones internacionales a la institución. ➤ Horarios de trabajo extensos en ciertas unidades de la institución. ➤ Incomunicación, por falta de tiempo. ➤ Pocas reuniones con todo el personal para informar sobre la institución. ➤ Falta de actividades para convivencia con todo el personal. ➤ Falta de espacio físico para realizar reuniones con todo el personal. ➤ Ambiente poco recomendable para recibir a las usuarias en casos de crisis.

Cabe destacar que dentro de las fortalezas que tiene la institución en materia de comunicación están: tener financiamiento por parte del Estado y de la Cooperación Internacional para proyectos de comunicación, divulgación y difusión. Asimismo, la institucionalización de la oficina de comunicación social representa una potencialidad, toda vez que cuenta con canales de comunicación como: Internet, redes sociales, página web institucional, correos electrónicos, líneas telefónicas y sedes regionales que atienden las directrices de la unidad de comunicación social.

Sin embargo, la reducida cantidad de personal (dos personas) limitan el quehacer de la oficina, sub utilizando las herramientas y haciendo más lentos los procesos de comunicación institucional. Esto sin duda, incide en la baja imagen institucional que tiene la institución y que no permite posicionar los servicios que la misma ofrece a su población beneficiaria.

1.4. Metodología

1.4.1 Descripción del Método

La metodología de análisis está basada en lo experimental, interactuado y descriptivo, por ser la rama que permite mediante la observación y estudio, la descripción de los datos en análisis. Los datos son presentados en un panorama organizado y sintético que permite observar las diferentes formas de comunicación interna y externa, así como sus niveles de efectividad, ineficiencia y potencialidades.

Los datos proporcionados por los empleados y usuarios se tabularán de acuerdo a la clasificación jerárquica de los mismos y de las mujeres usuarias de los servicios que la entidad ofrece.

Estos resultados serán presentados luego de la sistematización de la información respecto a cada observación, vivencia, análisis e interacción en las actividades y procesos de comunicación que se realicen. Asimismo, permitirán la interpretación y análisis de resultados. Para el desarrollo de la metodología planteada, se utilizara: un modelo de cuestionario que solicita los datos generales del encuestado y segmentado en

diversas partes que soliciten información estratégica y de utilidad de cada individuo entrevistado y encuestado.

1.4.2 Instrumentos

Para realizar el estudio es necesario contar con instrumentos idóneos para estructurarla de manera eficaz. Estos instrumentos son los métodos, sin los cuales resulta imposible descubrir las verdades científicas que al investigador le interesan para establecer los hechos desconocidos. De tal manera que en este trabajo se utilizarán los siguientes métodos y técnicas. Los instrumentos serán:

- Entrevista a directores y empleados de la institución
- Observaciones
- Cuestionarios
- Trabajo de grupo
- Técnica del FODA
- Análisis de resultados

La población muestra utilizada, será el 25% aproximadamente y se tendrán como fuentes primarias a las autoridades y personal de la institución. Asimismo las fuentes secundarias serán las usuarias de la misma y las fuertes terceras serán los personeros de las instituciones que coordinan con la Defensoría de la Mujer Indígena.

1.5. Recopilación de datos

1.5.1. Ficha de las entrevistas

Una herramienta utilizada para la recopilación de información y datos estratégicos de la Defensoría, es el diseño de entrevista. Esta parte de identificar a los actores claves de la institución y que los mismos arrojen información sustancial para los efectos del estudio diagnóstico. En ese sentido, el diseño de la entrevista, parte desde la recopilación de los datos generales, el conocimiento institucional por parte de los empleados y sobre todo los criterios y percepciones que se tienen respecto a la estructura de la institución, presupuestos, planes y responsabilidades de cada funcionario y empleado.

El diseño de la entrevista quedó de la siguiente manera:

**Entrevista para diagnóstico comunicacional de la Defensoría de la Mujer
Indígena
Ejercicio Profesional Supervisado**

DATOS DE CONTACTO	
Nombre y Apellido:	_____
Cargo :	_____
Institución:	_____
Lugar y fecha:	_____
Teléfono:	_____
Correo electrónico:	_____

Instrucciones: Lea detenidamente y responda la siguiente entrevista.

1. ¿Cree usted que el presupuesto de la institución es suficiente para cubrir el área de comunicación interna y externa de la Defensoría de la Mujer Indígena (DEMI)?
2. ¿Cree usted en la comunicación digital?
3. ¿Qué le hace falta al área de comunicación social de la DEMI, para que sea más funcional?
4. ¿Cree que el personal contratado del área de comunicación social de la DEMI, es suficiente para atenderla?
5. ¿Puede describir las atribuciones de comunicación social de la DEMI?
6. ¿Sabe usted que es un monitoreo de medios?
7. ¿Sabe si DEMI cuenta con un monitoreo de medios?
8. ¿Sabe usted si DEMI ha tenido contactos con los medios de comunicación?
9. ¿A escuchado a DEMI fuera de la institución?
10. ¿Sabe cómo se enteran las usuarias de DEMI?

1.5.2. Resultados de las entrevistas

Las entrevistas realizadas a funcionarios y empleados de la Defensoría de la Mujer Indígena, reflejan contundencia en las problemáticas y necesidades de comunicación dentro de la institución. Estos resultados se enmarcan en tres grandes líneas y dimensiones de la comunicación que inciden de manera directa en la comunicación interna y externa, siendo ellas:

1. Poca importancia y debilidad en el desarrollo de la comunicación en línea, principalmente en los medios de comunicación como:

- Manejo correcto de Redes Sociales
- Alimentación constante y efectiva de Pagina Web Institucional
- Deficiencias en el manejo de software y programas para la comunicación en línea.
- Boletines informativos internos
- Visualización de los espacios, oficinas, direcciones y despachos superiores.

2. Desconocimiento del manejo protocolario de las actividades y programas oficiales en los eventos públicos y de relaciones publicas interinstitucionales e interinstitucionales, como:

- Planificación, organización y montaje correcto de eventos públicos
- Manejo efectivo de imagen institucional a través de documentos, banners, vallas y producciones audiovisuales.
- Asistencia efectiva en materia de comunicación a los funcionarios de la institución y las representaciones oficiales.

3. Mala relación con los medios de comunicación en el ejercicio de la difusión de actividades institucionales y desconocimiento del proceso para la cobertura mediática de acciones sustantivas de la Defensoría de Mujer Indígena, tales como:

- Directorio de medios desactualizado
- Inexistencia de un monitor de medios de comunicación.

- Falta de elaboración de boletines periódicos de prensa
- Falta de personal que coordine la atención a periodistas
- Mala recopilación y archivo fotográfico de actividades sustantivas

1.5.3 Tablas comparativas puntos de encuentros entre los entrevistados.

El ejercicio de las entrevistas realizadas como parte del estudio diagnóstico, develaron coincidencias y contrariedades en las opiniones de los entrevistados, sin embargo, las coincidencias son mayoritarias respecto a los procesos incorrectos de la gestión de la comunicación, como se visualizan en la siguiente tabla:

1.5.3.a. Tablas comparativas puntos de encuentros y disensos entre los entrevistados

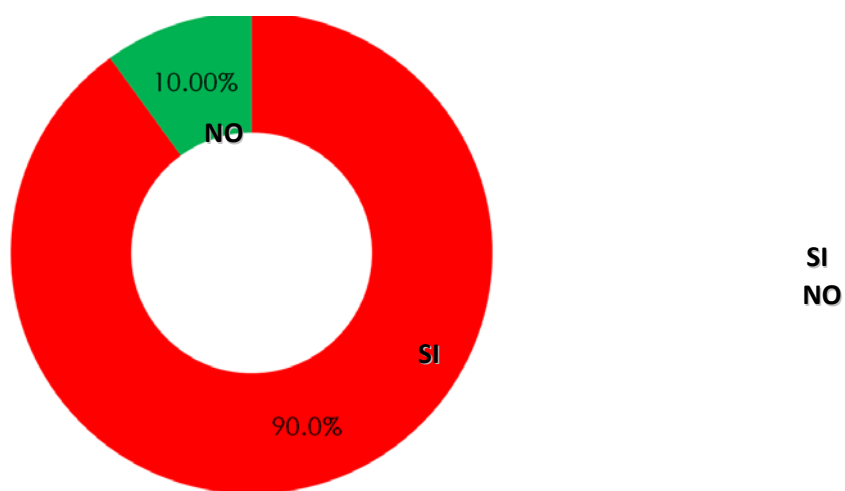
La respuesta de la pregunta No,1 Diez y nueve personas están desacuerdo que el presupuesto asignado a área de comunicación de la DEMI,	Una de las personas, no está de acuerdo por la ampliación de la donación Sueca
El punto de encuentro en la pregunta No. 2 Todas la muestra tiene punto de encuentro	Del total 8 argumentaron que es una herramienta eficaz
El punto de encuentro en la pregunta No.3 Es que falta personal y que se necesita un Director de área.	Y la mitad de la muestra argumentó que le hace falta equipo y tecnología, para la proyección de la DEMI.
El punto de encuentro de la pregunta No. 4 es que no es suficiente y que se necesita más personal de apoyo. Argumentando que solo hay una persona contratada.	Dos personas no están de acuerdo, las cuales dicen que s, es suficiente una persona para la unidad de comunicación.

<p>El punto de encuentro en la pregunta No. 5 Es que el área de Comunicación su función principal es difundir, las acciones de DEMI, y estar en todas la actividades.</p>	<p>Es que solo una persona sabe que hay que hacer estrategias comunicacionales que se adapten al problema o a la solución de la misma</p>
<p>En la pregunta 6. El punto de encuentro es que si saben que es un monitoreo de medios para que sirve.</p>	<p>El desacuerdo recae en que no tiene idea de lo que es monitoreo de medios de comunicación.</p>
<p>En la pregunta 7. El punto de encuentro es que no saben que la DEMI, posee un monitoreo de medios.</p>	<p>La discordancia es, que desconocen las tareas del área de comunicación.</p>
<p>En la pregunta No.8 El punto de encuentro es que si saben de la difusión de DEMI en los medios de comunicación.</p>	<p>La contradicción está en la pequeña población ya que desconocen la tares de los medios de la DEMI, en los medios de comunicación.</p>
<p>En la Pregunta No. 9 El 98% de la muestra dijo que si la en escuchado. Publicitariamente, diplomados y en talleres.</p>	<p>La contrariedad está en la pequeña población ya que desconocen la proyección de la DEMI, en los medios de comunicación.</p>
<p>En la pregunta No. 10 el 98% refirieron que la usuarias se enteran por medio de diplomados por la búsqueda personal de la misma</p>	<p>El desacuerdo está en una pequeña población no saben cómo se enteran las usurarías.</p>

1.5.4 Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas

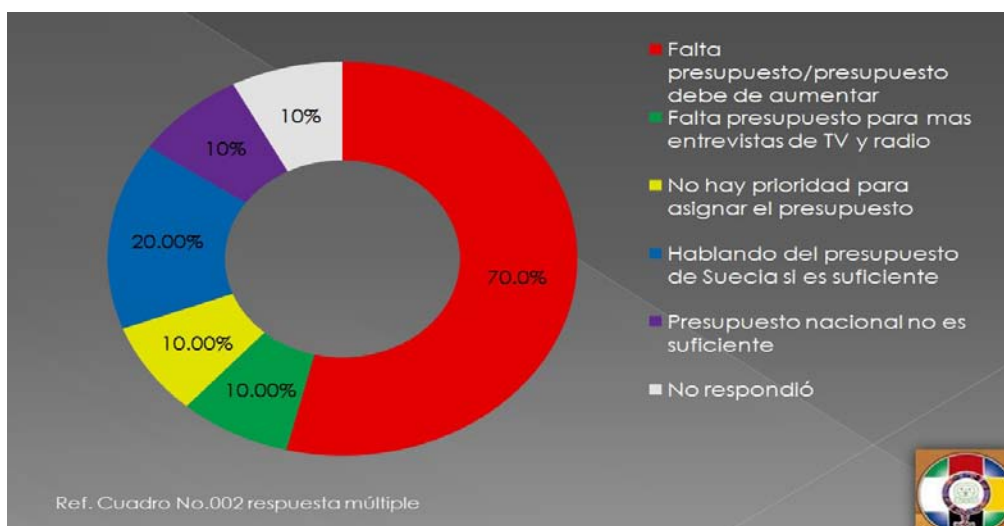
A continuación, la representación grafica de los resultados de las encuestas realizadas dentro de la institución. En las mismas sobre sale las visiones, percepciones y sentimientos de los empleados de la Defensoría de la Mujer Indígenas, respecto a la comunicación que se realiza y lo que se deja de hacer de acuerdo a los encuestados. A continuación graficas referenciales de toda la interpretación de datos.

Cree usted en la comunicación digital?



Fuente: DEMI Gabriel Amaya, abril 2014

Cree usted que el presupuesto de la institución es suficiente para cubrir el área de comunicación interna y externa de la Defensoría de la Mujer Indígena (DEMI)? Porque.



Fuente: DEMI Gabriel Amaya, abril 2014

1.6. Infografía de la Institución

1.6.1. Descripción de la Comunicación Interna

Ámbito Institucional:

Oficina central de la Defensoría de la Mujer Indígena, 15 calle 6-59, Zona 1. Ciudad de Guatemala.

Ámbito Poblacional:

- a) Despacho Superior
- b) Directora Ejecutiva
- c) Unidad de Desarrollo y Promoción Político y Legal
- d) Unidad de Comunicación Social
- e) Unidad de Formación y Capacitación
- f) Unidad Financiera
- g) Unidad Jurídica
- h) Unidad Psicológica
- i) Unidad Social

Ámbito Temporal:

La investigación se lleva a cabo durante el mes de febrero y marzo 2014.

La comunicación interna en la Defensoría de la Mujer Indígena, se plantea como una de las más debilitadas que se realiza en la institución. Esto a partir de observar que se tienen canales frágiles y muy escasos, lo que produce poca efectividad en la comunicación institucional a mera interna. Hasta la fecha, los empleados de la institución no reconocen el valor real de la oficina de comunicación social, limitándose a entenderla como una oficina de asistencia y de multiusos, cargándoles tareas de servicios y acciones operativas.

Aunque se cuenta con cuentas de correos electrónicos institucionales, los mismos no son utilizados con seriedad, constancia y con nivel jerárquico en sus contenidos y mensajes. Asimismo, son los documentos escritos como cartas, memorándum, constancias los que son utilizados para la comunicación interna, lo que debiera de ser sustituido por la comunicación en línea, es decir, los correos electrónicos.

No se tiene una cartelera de información para asuntos generales de las diversas actividades de las áreas programáticas, únicamente se cuenta con un espacio pequeño para información exclusivamente para asuntos de la Dirección de Recursos Humanos. Esto imposibilita la comunicación clara, constante y valiosa para el quehacer institucional.

La carencia de un boletín informativo con periodicidad constante, no socializa la información de los avances, logros, metas, actividades, planes y proyectos de la institución con las diversas unidades y direcciones la institución. La inminente creación del boletín, se ve obstaculizada por la inexistencia de personal y con dedicación específica en dicha tarea.

Se cuenta con un kiosco informativo para las usuarias y visitantes de la institución, pero este no está debidamente identificado y no tiene relevancia constante de la documentación institucional que distribuye.

1.6. 2. Infraestructura (Mobiliario y equipo, cartelera, conectividad a Internet)

La institución posee una importante infraestructura que resulta subutilizada, pero además con un crecimiento de poca sostenibilidad. En el caso específico, nos referimos a que se cuenta con un edificio de dos niveles y amplias oficinas, sin embargo, el mismo es de carácter temporal, toda vez que se renta el mismo.

Se cuenta además, con tres vehículos propios, aunque inconsistencias en los insumos necesarios para su funcionamiento y mantenimiento, es decir, carencia de pilotos permanentes, combustible suficiente y disponibilidad constante.

Todas las oficinas cuentan con su mobiliario y equipo de cómputo, además de servicios telefónicos, servicio de internet y equipo semi profesional de fotografía y audiovisuales (cañonera, laptop, proyectores, tabletas digitales).

El área de comunicación tiene una oficina para cuatro personas con sus escritorios y mobiliario y equipo respectivo. Cuenta con equipo de cómputo completo, sin embargo, esta unidad solo tiene una persona asignada para realizar las tareas de comunicación institucional.

1.6.3. Canales de Comunicación Interna

La forma de interactuar dentro de la Defensoría de la Mujer Indígena, se desarrolla de distintas maneras, siendo la más constante y efectiva la comunicación interpersonal. A pesar que la Defensoría cuenta con correo electrónico institucional, el mismo no es utilizado con la seriedad y las ventajas que ofrece el mismo son desaprovechadas.

La forma de comunicarse de manera interna en la institución que ocupa el segundo lugar es la vía telefónica, toda vez que cada unidad, dirección y oficina, cuenta con una extensión telefónica, aunque la misma está limitada en tiempo.

Dentro de los canales de comunicación que no se cuenta y que son de urgente utilidad podemos mencionar.

d) Boletín informativo

Permitirá que las unidades de la institución, así como el Despacho Superior de DEMI estén informados de las distintas actividades que realizan tanto políticas, programáticas y académicas, así como administrativas.

e) Revista

Permitirá sistematizar todo el trabajo entre unidades con el fin de informar interna y externamente, además de ser más detallados y completos, pues la revista permite ilustrar.

f) Cartelera Informativa

Esta permitirá que las comunicaciones en materia administrativa fluyan más y deje orientados las acciones programáticas que se realizan

1.6.4. Rumores

La desinformación se da por la falta de coordinación de las autoridades superiores y el personal. Esto genera diferencias entre las unidades y áreas de la Defensoría de la Mujer Indígena. Por ello los mensajes son poco creíbles y no llegan claros.

Un Obstáculo o ruido, se da por la falta de seriedad y mecanismos de dar avisos. Crean alteraciones y ruidos en la comunicación ya que redundan y la información es poco aceptable.

Los pocos controles que se tienen en los espacios de ocio del personal de la institución, provoca que se propicien espacios para interactuar en horarios de labores, permitiendo que se aborden temas serios de trabajo en lugares inapropiados, haciendo de esto poco serio.

Esta desinformación es constante y logra de manera muy efectiva crear rumores que actualmente existen con un nivel elevado dentro de la institución.

1.6.5. Descripción de Comunicación Externa

La Defensoría de la Mujer indígena no tiene un cimiento solido respecto a la comunicación externa, toda vez que la institución no se ha posicionado como un referente de los derechos de las mujeres indígenas como lo dice su mandato. No hay acciones concretas para lograr dicho cometido, sino al contrario, muchas veces ha habido desinformación o acciones que debilitan aun más la imagen de la misma.

El fortalecimiento de la comunicación externa, hará que a través del mercadeo la institución, logrará el posicionamiento positivo de la misma. La institución se conocerá de manera positiva y logra que su público objetivo reconozca que los servicios que presta son de calidad.

Publicitar la institución y los servicios que presta, es inminente, toda vez que a la fecha no se tiene publicidad de la institución.

1.6.6. Plan Operativo Anual 2014

Las acciones que la Defensoría de la Mujer Indígena realiza en función de su Plan Operativo Anual, están estratégicamente elaboradas en materia de presupuesto, pero destacan las actividades sustantivas y programáticas. Dentro de ellas, no se visualiza acciones de difusión, comunicación y divulgación de las mismas. Siendo ellas:

- Posicionar la Agenda Articulada de Mujeres Mayas Garífunas y Xinkas, garantizando la incorporación de los derechos de las mujeres indígenas en los planes de trabajo de 36 Oficinas Municipales de la Mujer en 3 municipios en los departamentos de Alta Verapaz, Baja Verapaz, Santa Rosa, Quiché, Huehuetenango, San Marcos, Suchitepéquez, Izabal, Peten, Sololá, Quetzaltenango, Guatemala.
- Promover la Política Nacional de Comadronas con perspectiva étnica y de género,
- Promover el Anteproyecto de Decreto Ley de la Defensoría de la Mujer Indígena y guía de operativización.
- Conformar la Red Nacional de promotoras voluntarias de la mujer indígena para acompañar y divulgar los derechos humanos de las mujeres mayas, garífunas y Xinkas.
- Evitar la conciliación de casos por violación sexual por parte de las autoridades indígenas de Sololá, Chichicastenango y Quiché.
- Fortalecer la capacidad de la atención psicológica encaminada a mejorar y beneficiar la salud mental, emocional de las usuarias de la Defensoría de la Mujer Indígena, a través del desarrollo de terapias ocupacionales en las sedes regionales y central de DEMI, durante el año 2014.

- Proporcionar herramientas y técnicas de autoayuda a hijas adolescentes hijas de víctimas de violencia.
- Fomentar el uso de estrategias de auto cuidado de la salud mental y la prevención del desgaste emocional a nivel individual y del equipo profesional del área de atención integral de casos
- Implementar la Estrategia de abordaje comunitario para prevención de la violencia en contra de las mujeres indígenas intervenir en 12 comunidades seleccionadas en cada sede regional y central de DEMI.
- Brindar a las profesionales de las Unidades Sociales técnicas, metodologías que permitan aumentar sus conocimientos y habilidades para la atención de casos y la implementación de la estrategia de abordaje comunitario.

1.6.7. Campañas Realizadas

Las Campañas de comunicación realizadas durante la vida institucional de la Defensoría de la Mujer Indígena, suman un antecedente importante y de regular alcance, toda vez que han sido varias las realizadas. Las mismas, se han realizado con mayor énfasis en campañas de radio, aunque también se han realizado en televisión.

Los esfuerzos y alcances de las campañas no han sido medidos ni monitoreados, lo que limita conocer el impacto, sin embargo, las mismas se han desarrollado a nivel nacional y sus temáticas han sido en la línea de:

- Reconocimiento y respeto de los Derechos de las Mujeres Indígenas
- Salud Integral de las Mujeres Indígenas
- Convivencia en la Diversidad Cultural

Estas campañas han sido financiadas por Agencias de Cooperación Internacional de países como España y Suecia. Las mismas han sido desarrolladas en los cuatro idiomas mayoritarios.

La cobertura geográfica se ha impulsado de la siguiente manera:

1.6.8 El Plan Estratégico que se está ejecutando

La Defensoría de la Mujer Indígena ha construido procesos de mediana trascendencia, sin embargo, uno de los procesos más certeros que ha desarrollado, se constituye la elaboración de sus **Plan Estratégico Institucional 2008-2016**. Este recoge planteamientos amplios que posicionan en una posición importante a la institución y permiten una vigencia importante en el quehacer de las instituciones del Estado a favor de las mujeres indígenas. Dentro de los ejes estratégicos que se están desarrollando con prioridad en la temática de prevención se destacan los siguientes:

- Prevenir toda forma de violencia contra la mujer Maya, Garífuna y Xinka.
- Promover programas de educación.

Asimismo, se están realizando procesos de formación integral en el marco de todas las formas de violencia contra la mujer. Entre ellas se destaca el acompañamiento jurídico, social y psicológico, de donde se desprenden ejes estratégicos en la línea de:

- Garantizar el acceso a la justicia.
- Implementación de programas de sensibilización y capacitación a todos los operadores de justicia, para el respeto a la identidad cultural con enfoque de género.
- Garantizar la atención integral y protección de las mujeres Mayas, Garífunas y Xinkas.
- Transformar modelos de conducta social fundamentados en el racismo y la discriminación contra la mujer Maya, Garífuna y Xinka.
- Promover y respetar los derechos específicos de las mujeres Mayas, Garífunas y Xinkas.

1.6.9. El Plan Estratégico que se va ejecutar

Dentro de las acciones principales que recoge el Plan Estratégico Institucional, en materia de comunicación, se tiene proyectada desarrollar una importante campaña nacional de comunicación a través de la radio, para prevenir la violencia y el embarazo entre las mujeres jóvenes.

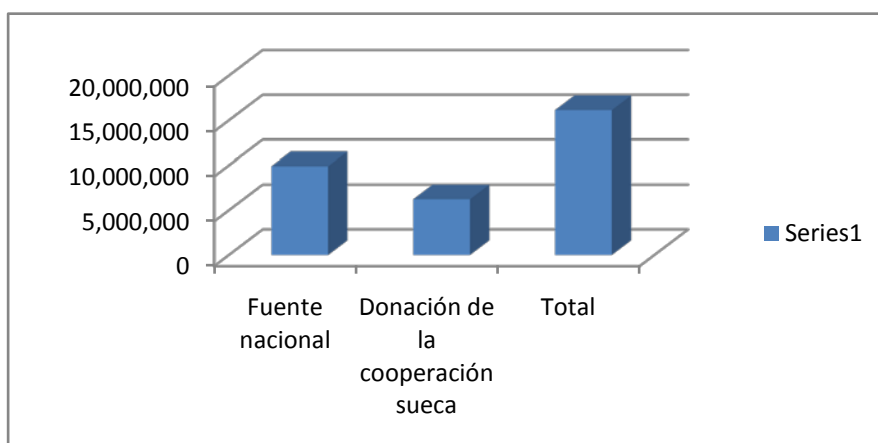
Esta campaña se plantea como una oportunidad para la Defensoría y su impulso en la comunicación, toda vez que se desarrollara en doce departamentos del país con ocho idiomas mayas más el castellano. El costo de la misma tiene un estimado de 2 millones 148 mil quetzales y se ejecutara con apoyo financiero del gobierno de Suecia, a través de la Agencia de Cooperación Sueca denominada ASDI.

La campaña de comunicación ya se encuentra diseñada y aprobada por las autoridades institucionales, sin embargo, la acreditación de fondos por parte de la cooperación Sueca es el punto clave para su ejecución.

1.6.10. Presupuesto de comunicación para el presente año

Para el 2014

Fuente nacional	9,900,000
Donación de la cooperación sueca	6,233,000
Total	16,138,476



Fuente: DEMI Gabriel Amaya

a) Televisión
Radio

B) Prensa

C)

10. ¿Con qué frecuencia comunicación social, pública sobre actividades de su unidad?

a) Esporádicamente

b) Frecuentemente

c) Siempre

11. ¿Es importante como parte de la institución, una estrategia comunicacional interna, para dar a conocer las atribuciones de cada unidad?

Sí

No

12. ¿Conoce si existe el protocolo institucional en la Defensoría de la Mujer Indígena?

Sí

No

13. ¿Se promueven acciones, actividades o evaluaciones que permitan mejorar el clima laboral de la institución?

Sí

No

14. ¿Cuando recibió inducción, sobre la forma correcta de redactar los eventos o actividades de su unidad?

a) Menos de un mes c) Menos de tres meses d) nunca

15. ¿Al llamar a alguna extensión de cualquier unidad o área de la institución de DEMI, la persona que responde, da el nombre de su unidad o área?

Sí

No

Capítulo II. Plan de Comunicación.

2 Estudio de mercado o Radiografía de la Institución

2.1. Descripción de la Comunicación Interna

Ámbito Institucional:

Oficina central de la Defensoría de la Mujer Indígena, 15 calle 6-59, Zona 1. Ciudad de Guatemala.

Ámbito Poblacional:

- j) Despacho Superior
- k) Directora Ejecutiva
- l) Unidad de Desarrollo y Promoción Político y Legal
- m) Unidad de Comunicación Social
- n) Unidad de Formación y Capacitación
- o) Unidad Financiera
- p) Unidad Jurídica
- q) Unidad Psicológica
- r) Unidad Social

Ámbito Temporal:

La investigación se lleva a cabo durante el mes de febrero y marzo 2014.

La comunicación interna en la Defensoría de la Mujer Indígena, se plantea como una de las más debilitadas que se realiza en la institución. Esto a partir de observar que se tienen canales frágiles y muy escasos, lo que produce poca efectividad en la comunicación institucional a mera interna. Hasta la fecha, los empleados de la institución no reconocen el valor real de la oficina de comunicación social, limitándose a entenderla como una oficina de asistencia y de multiusos, cargándoles tareas de servicios y acciones operativas.

Aunque se cuenta con cuentas de correos electrónicos institucionales, los mismos no son utilizados con seriedad, constancia y con nivel jerárquico en sus

contenidos y mensajes. Asimismo, son los documentos escritos como cartas, memorándum, constancias los que son utilizados para la comunicación interna, lo que debiera de ser sustituido por la comunicación en línea, es decir, los correos electrónicos.

No se tiene una cartelera de información para asuntos generales de las diversas actividades de las áreas programáticas, únicamente se cuenta con un espacio pequeño para información exclusivamente para asuntos de la Dirección de Recursos Humanos. Esto imposibilita la comunicación clara, constante y valiosa para el quehacer institucional.

La carencia de un boletín informativo con periodicidad constante, no socializa la información de los avances, logros, metas, actividades, planes y proyectos de la institución con las diversas unidades y direcciones de la institución. La inminente creación del boletín, se ve obstaculizada por la inexistencia de personal adhoc y con dedicación específica en dicha tarea.

Se cuenta con un kiosco informativo para las usuarias y visitantes de la institución, pero este no está debidamente identificado y no tiene relevancia constante de la documentación institucional que distribuye.

2.2. De la infraestructura (Mobiliario y equipo, cartelera, conectividad a Internet)

La institución posee una importante infraestructura que resulta subutilizada, pero además con un crecimiento de poca sostenibilidad. En el caso específico, nos referimos a que se cuenta con un edificio de dos niveles y amplias oficinas, sin embargo, el mismo es de carácter temporal, toda vez que se renta el mismo.

Se cuenta además, con tres vehículos propios, aunque inconsistencias en los insumos necesarios para su funcionamiento y mantenimiento, es decir, carencia de pilotos permanentes, combustible suficiente y disponibilidad constante.

Todas las oficinas cuentan con su mobiliario y equipo de computo, además de servicios telefónicos, servicio de internet y equipo semi profesional de fotografía y audiovisuales (cañonera, laptop, proyectores, tabletas digitales).

El área de comunicación tiene una oficina para cuatro personas con sus escritorios y mobiliario y equipo respectivo. Cuenta con equipo de cómputo completo, sin embargo, esta unidad solo tiene una persona asignada para realizar las tareas de comunicación institucional.

2.2.1 Canales de Comunicación Interna

La forma de interactuar dentro de la Defensoría de la Mujer Indígena, se desarrolla de distintas maneras, siendo la más constante y efectiva la comunicación interpersonal. A pesar que la Defensoría cuenta con correo electrónico institucional, el mismo no es utilizado con la seriedad y las ventajas que ofrece el mismo son desaprovechadas.

La forma de comunicarse de manera interna en la institución que ocupa el segundo lugar es la vía telefónica, toda vez que cada unidad, dirección y oficina, cuenta con una extensión telefónica, aunque la misma está limitada en tiempo.

Dentro de los canales de comunicación que no se cuenta y que son de urgente utilidad podemos mencionar.

- a) **Boletín informativo electrónico:** Permitirá que las unidades de la institución, así como el Despacho Superior de DEMI estén informados de las distintas actividades que realizan tanto políticas, programáticas y académicas, así como administrativas.
- b) **Buzón electrónico:** Permitirá que las unidades de la institución, se mantengan en comunicación en comunicación interactiva con la Unidad de Comunicación.
- c) **Manual de redes institucional:** este será enfocado a marcar pautas sobre el manejo de las redes sociales institucionales de la institución.

En general el estudio diagnóstico evidencia una serie de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, mismas que se logran contemplar con el estudio realizado de Ejercicio Profesional Supervisado, en el diagnóstico de comunicación institucional que se desarrolló en el capítulo anterior, se resalta como oportunidad la existencia de un presupuesto asignado por parte del Estado, así como equipo tecnológico, también se cuenta con personal en la unidad de comunicación social, el cual se encarga de múltiples tareas y atribuciones que son pertinentes de comunicación, ejemplo: el manejo de las redes sociales de la institución, alimentación constante y efectiva de página Web institucional, correcto manejo de software y programas de comunicación en línea, boletines informativos electrónicos.

Cabe resaltar que si bien se cuenta con una serie de condiciones que hace funcional la unidad de comunicación social, existen oportunidades que son dignas de rescatar para optimizar el trabajo de la Unidad de Comunicación Social y fortalecer a la institución, tal como una ampliación de presupuesto asignado por el estado que por ende vendría a beneficiar de alguna manera a la Unidad de Comunicación Social, también es importante mencionar sobre el equipo tecnológico que se le tendría que dar un mantenimiento periódico y así lograr un máximo desempeño en el momento que así se requiera. La Unidad de Comunicación Social cuenta con personal, actualmente se tiene una persona oficialmente contratada para la misma, sin el nombramiento específico de un Director para dicha unidad, tampoco se cuenta con una persona específicamente que pueda cubrir de forma permanente las redes sociales de la institución.

La poca importancia y debilidad en el desarrollo de la comunicación en línea de la institución, principalmente genera deficiencias en la comunicación, puede en nuestro caso dar un bajo rendimiento en las redes sociales. El manejo correcto y oportuno de la información que se publique puede generar comunicación asertiva para la institución.

La comunicación digital canaliza de forma inmediata y permanente todo lo relacionado a los últimos acontecimientos a un público objetivo tanto interno, como externo, por lo que se hace indispensable un buen manejo de las redes de comunicación institucional.

2.3 Objetivos

2.3.1 Institucional

Defender y promover el pleno ejercicio de los derechos de las mujeres indígenas para contribuir a la erradicación de todas las formas de violencia y discriminación contra la mujer indígena.

2.3.2 Comunicacional

Alcanzar una comunicación efectiva interna para contribuir con la mejora del clima laboral y maximizar la participación de los trabajadores de la institución. Haciendo que estos se sientan identificados con la misma.

Darse a conocer en más regiones del país y tener más cercanía con el público objetivo. (Todas las mujeres indígenas mayas, garífunas, xincas)

2.3.3 Público Objetivo

a) Público interno

Las ochenta mujeres y hombres que trabajan en la institución en sede central de la institución. Que está compuesta principalmente por tres áreas programáticas. Área Programática de Promoción y Desarrollo Político – Área Programática de Atención Integral de casos.

b) Público externo

Dos millones 964 mil 168, mujeres indígenas mayas, garífuna, xinkas, incluyendo las sedes regionales de la Defensoría de la Mujer Indígena, los cuales se describen a continuación.

2.4 Mensaje

DEMI una institución que está a la vanguardia en el uso de la tecnología para promover el pleno ejercicio de los derechos de las mujeres indígenas guatemaltecas.

La finalidad es dejar claro que la titular de la institución (DEMI), como delegada presidencial, aspira a dar cumplimiento a su mandato de manera eficiente, con grandes alcances y promoviendo la transparencia. Una institución activa, transparente y bien gerenciada.

Dando mejoramiento al uso de redes sociales tanto para el público interno como externo, la DEMI dará el mensaje a todos sus usuarios que es una institución viva que atiende sus necesidades tomando en cuenta las características actuales de los mismos. Es decir que crece y camina de la mano de todo su público meta. El uso correcto de la tecnología para la comunicación permitirá dar un mejor acompañamiento a usuarias de diferentes formas, que van desde lo legal, psicológico hasta la divulgación de información para concientizar a la población en general sobre sus derechos como mujeres indígenas.

Es por ello que se hace determinante y necesaria la divulgación de información por las diferentes redes sociales, que promocionan las diferentes actividades, como campañas, lanzamientos de planes estratégicos, logros o apertura de nuevas sedes regionales de la institución y servicios en beneficio de mujeres indígenas.

2.5 Estrategia

Fortalecer la unidad de comunicación para el mejoramiento de la comunicación interna y externa por medio del uso efectivo de las redes social.

Para alcanzar este propósito se tiene contemplada una serie de acciones puntuales que son:

- Reglamentar el manejo correcto de las redes sociales.
- Hacer dinámica y efectiva la utilización de la página Web institucional.
- Crear mensualmente un boletín informativo electrónico paralelo al boletín físico de las actividades de la institución.
- Crear una revista electrónica de actualización bimestral, para informar de los avances y temas de interés a todos los usuarios en materia de Derechos a la Mujer Indígena.
- Crear un buzón electrónico de consultas.

En la estrategia se evidencia la necesidad de implementar una propuesta fuerte y seria que plantee soluciones a mediano y largo plazo utilizando recursos disponibles para dar respuesta a las problemáticas encontradas en el diagnóstico. En ese sentido se debe de entender que este plan está basado en un programa de recurso humano y de recurso de insumos, que se deberán de gestionar internamente para desarrollar las mismas.

2.6 Planes de Comunicación:

2.6.1 Manual de Redes Institucional –DEMI–

Esto constituye acciones a realizar para dar cumplimiento a la estrategia de mejora planteada, que se encamina a dar respuesta a la necesidad del manejo de redes sociales de la institución a través de un manual elaborado y basado en documentación bibliográfica pertinente para la elaboración del mismo, así como un estudio de observación de las necesidades primarias de la institución en cuanto al tema de redes sociales, para lo cual se trabaja con la debida autorización y se presenta el siguiente documento.

2.6.2 Boletín Informativo electrónico

Entre las necesidades de institución se visualizo, informar y mantener una comunicación interna a través de un Boletín informativo electrónico para todos los colaboradores. Este tiene como finalidad mantener informado a todos las unidades sobre sus actividades especialmente aquellas que benefician y colaboran con Despacho Superior,

Así como aquellas actividades que se tienen con las diferentes Unidades internas de la institución. Cabe resaltar que este boletín estará notificándose y enlazándose de manera automática a las redes sociales de la institución.

El boletín informativo electrónico, fue creado bajo una plataforma de blogspot.com con la que se ha logrado cumplir los objetivos planteados.

URL:

<http://internodemiboletin.blogspot.com/2014/06/bienvenidos.html?spref=fb>

2.6.3 Buzón electrónico

Otra de las necesidades puntuales de la Unidad de Comunicación es tener una comunicación interactiva inmediata, con las demás Unidades de la institución, que logre captar sugerencias, avisos y notificaciones de forma automática y veraz. Es por ello que se tiene la creación de un Buzón electrónico que se enlaza de forma automática al Facebook y correo electrónico de las personas aceptadas en blog.

URL:

<http://internodemiboletin.blogspot.com/2014/06/bienvenidos.html?spref=fb>

2.7 Presupuesto

Para la implementación de la estrategia se prevén los siguientes costos.

No.	Descripción	Cantidad	Monto
1.	Honorarios por realización / diseño de manual, buzón y boletín electrónico.	N/A	Q. 8,000.00
2.	Promoción y lanzamiento de las nuevas herramientas electrónicas.	N/A	Q 5,000.00
3.	Capacitación a la persona designada para el manejo de las nuevas herramientas de comunicación.	N/A	Q 10,000.00
4.	Resma de Papel	2	Q 68.90
5.	Cartuchos	1	Q 80.00
6.	Impresora multifuncional, copiadora	1	Q 4,000.00
7.	Servicio conexión a internet 1 GB	N/A	Q 400.00
8.	Carpetas	2	Q 80.00
9.	Lapiceros	1	Q 12.00
10.	Ganchos	1	Q 6.00
	Monto total		Q. 27,646.90

Capítulo III. Ejecución .

3. Descripción de actividades ejecutadas

Al momento de realizar la investigación de varios meses, se hace bajo la perspectiva de encontrar una dinámica de comunicación que logre puntos de mejoras y sus diversas problemáticas, en los procesos comunicativos, especialmente en tecnología comunicativa, canalizados desde la Unidad de Comunicación Social. Se realiza una serie de procedimientos, entre ellos encuestas, propuestas metodológicas, descripción de antecedentes institucionales, gráficas, cuadros de interpretación de encuestas, a fin de determinar problemáticas y plantearse soluciones a través de nuevas tecnologías para la comunicación.

Como parte de la investigación se determina la necesidad de crear ejes tecnológicos que ayuden, a simplificar procesos de comunicación externa de la Unidad de Comunicación Social, para con las demás Unidades que conforman la Defensoría de la Mujer Indígena y sus Sedes Regionales.

Los resultados obtenidos en cada proceso previamente autorizado y llevado a cabo con éxito, para beneficio de la comunicación institucional de la Defensoría de la Mujer Indígena se perciben como un aporte más y de suma importancia a la continuidad de la mejora constante de la institución, especialmente para la Unidad de Comunicación Social.

La estrategia de comunicación fue fundamental para determinar las acciones a tomar, de esa forma poder dar respuestas a las diferentes problemáticas encontradas en el diagnóstico, las soluciones son planteadas y divididas en tres ejes propuestos y ejecutados, que tienen como fin cambiar actitudes y prácticas de procedimientos constructivos relacionados

directamente a la Unidad de Comunicación y con las demás Unidades que conforman a la institución. Los ejes son vistos como soluciones de corto y mediano plazo que darán una dinámica más positiva y distinta a la manera convencional de hacer comunicación.

Ejes Ejecutados	Objetivo	Logros y metas cumplidas	Dificultades
Boletín informativo electrónico	Materializar la propuesta dando solución a una problemática encontrada y una implementación y operatividad del producto propuesto.	Se conto con asesoría de la Unidad de Informatica, se recopila información idonea para armar el Boletín Electronico, se presenta ante las autoridades pertinentes.	No se presento ninguna dificultad
Buzón electrónico		Se logra crear en una plataforma Blogpost.com un Buzón Electrónico y se realizan pruebas con éxito. Por lo que se cuenta con una nueva herramienta de comunicación para la Unidad de Comunicación Social.	No se presento ninguna dificultad
Manual de redes institucional		Con asesoría del Lic. Carlos Vasquez y recopilacion de información y bibliografías pertinentes se logra la construcción de un Manual para Redes Sociales.	No se presento ninguna dificultad

3.1 Descripción de los ejes

3.1.2 Boletín informativo electrónico:

El boletín Informativo se utiliza para fines de comunicación interna de la institución que podrá ser actualizado de forma mensual. El boletín se presento ante autoridades de la institución quienes validaron el primer boletín con la información pertinente al mes de junio, también se acordó mantener activo el boletín de la Unidad de Comunicación Social y darle un mantenimiento de forma mensual. Con ello se mantiene informado a todos aquellos colaboradores que se encuentran activos y que han sido invitados a tener acceso para ver información en el boletín electrónico, por algunos de los administradores asignados, dentro del Blogpost.com, plataforma donde ha sido construida y creada especialmente para fines infamativos y de comunicación. El sitio permite interactuar con cada uno de sus miembros activos, pues notifica de forma individual del último cambio que se realice en el Boletín Electrónico, el boletín solo puede ser utilizado y visualizado con autorización previa por algún manager el cual puede enviar una invitación para registrarse y recibir notificaciones y noticias de interés común.

Toda persona que se encuentre suscrita al Boletín Electrónico Informativo, recibirá correos electrónicos o notificaciones sobre su actualización.

3.1.3 Manual de redes institucional

Internet da la oportunidad de abrir y trabajar canales de comunicación propios que nos vinculen con nuestras comunidades, esta vinculación se puede hacer desde las redes sociales. Por lo que se crea un Manual de Redes Institucional para la Defensoría de la Mujer Indígena en consenso con autoridades que facilitaron diferentes documentos y archivos, y la asesoría de diferentes profesionales colaboradores de la institución, donde se socializó el manual para formular temas de interés hasta el diseño de una portada, de esa forma se materializa el documento que abrirá paso para todos aquellos que dispongan de la utilización de redes sociales en la institución.

Entre los tipos de red Social que encontramos en el Internet Facebook, que a nivel de Gobierno o instituciones esta herramienta permite comunicarse directamente con la sociedad civil, para dar respuesta a sus inquietudes y generar una interacción más cercana, brindando información de lo que ocurre en la institución y el desarrollo de sus actividades en tiempo real, permitiendo al receptor interactuar de diversas formas.

En el Manual “Manejo de las Redes Institucional” que posee DEMI, enlista la importancia de Comunicarse con los públicos externos, siendo estos: sociedad Civil, Entidades Gubernamentales y no Gubernamentales, ONG’s, entre otros. Lo que indica dicho manual es; Informar a los Públicos Exteriores, a través de Facebook, por lo tanto, se debe:

- Publicar Información de Actividades que Realiza DEMI.
- Información sobre Derechos de la Mujeres.
- Dar los buenos Días como señal de cortesía hacia las personas, incorporando temas y signos con pertinencia cultural.
- Monitoreo de Facebook de Sedes Regionales de DEMI.

3.1.4 Buzón electrónico

- La comunicación directa de forma inmediata sin intermediarios que incidan en la desinformación hacia el interlocutor, es el principal desafío de esta herramienta que es creada bajo una plataforma Blogpost.com que es de fácil utilización y no requiere de complejos mecanismos para su utilización, por lo que cabe resaltar que cada mensaje puesto en el buzón podrá ser visualizado en el correo institucional de la Unidad de Comunicación Social de forma automática y de esa forma darle seguimiento a cualquier petición o sugerencia. En consenso con las autoridades superiores de las diferentes Unidades de la institución se visualizo la necesidad de implementar esta herramienta para una mayor efectividad en la comunicación institucional.
- La importancia para un buen funcionamiento del Buzón Electrónico en las peticiones, notificaciones, avisos, etc. En cualquiera de las vías involucradas en la comunicación, dígame receptor vrs. Emisor, es vital y que requiere de inmediatez pues en muchos casos el factor tiempo es elemental.
- Por esta necesidad se presenta y se valida, dicha herramienta, que se encuentra en una plataforma Blogpost.com, y que a su vez funciona dentro del “Boletín Electrónico Institucional”, descrito líneas arriba.

3.2 Estrategias desarrolladas durante EPS

3.2.1. Monitoreo de medios impresos, digitales y redes sociales

- El monitoreo de noticias en redes sociales de medios de comunicación impresos y digitales, sobre noticias relacionadas y de interés a la Institución, es una actividad de vital importancia, para la Unidad de Comunicación Social. Esto permite tener una visión real y demográfica sobre las usuarias que utilizan los servicios de la institución, facilitando el gerenciarnos en diversos temas de actualidad y de interés nacional. De esa forma compartir información con las demás Unidades de la Defensoría de la Mujer Indígena y tener una mejor visión hacia las usuarias que utilizan los servicios que presta la institución.

- El reporte de monitoreo de medios es realizado de forma diaria, archivando cada una de las notas de interés, también se generan un reporte mensual que es entregado al Director de la Unidad Comunicación Social quien lo socializa con las autoridades pertinentes.

3.2.2. Manejo de redes sociales

Actualización de Redes Sociales, constantemente y todos los días se mantiene actualizado el Facebook institucional, llamado “Defensoría”, las principales publicaciones y temas informativos son: Redacción y publicación de elementos culturales del calendario maya del día - Boletines Oficiales en la página web oficial de la Institución, Agradecimientos interinstitucionales, entre otros.

3.2.3. Apoyo logístico en comisiones de la institución

Se apoyó en logística, en toma de fotografías, gestiones administrativas, socialización de relaciones interinstitucionales, para lograr proyectos, lanzamientos y promociones en diferentes actividades concernientes a la Unidad. La Unidad de Comunicación Social ha realizado en diferentes oportunidades actividades en beneficio de la Institución, en coordinaciones de trabajo entre las diferentes Unidades. Y en apoyo conjunto se ha logrado realizar trabajos y eventos de calidad apoyando a las mujeres indígenas guatemaltecas, de esa forma se fortalece la institución.

Capítulo IV. Evaluación.

4. Evaluación Control y seguimiento de la estrategia.

Luego de definida y aprobada la estrategia de comunicación efectiva a través del uso adecuado de los medios electrónicos dentro de la Defensoría de la mujer indígena (DEMI), se elaboraron los instrumentos necesarios que garanticen la observación, seguimiento y control para la evaluación de la misma.

Dichos instrumentos o tablas de control de seguimiento fueron aplicados a cada uno de los ejes que conforman la estrategia siendo estos:

a) Boletín Informativo electrónico.

b) Buzón Electrónico.

c) Manual de redes sociales institucional.

TABLA DE CONTROL. NO.1			
ELABORACIÓN Y DISEÑO			
Aspectos a tomar en cuenta	a.	b.	c.
1 .El contenido permitirá mejoras comunicacionales de la institución.	si	Si	si
2 .Describe correctamente los objetivos de la institución.	si	Si	si
1. Permite identificar fácilmente la institución	si	Si	si
2. Cada elemento que lo conforma es necesario para la información y comunicación	si	Si	si
3. Son claras las instrucciones para su manejo			si
4. Permite mejoras y modificaciones.	si	Si	si
5. Permite la obtención de comentarios del público.	si	Si	

TABLA DE CONTROL. NO.2

Control de impacto del producto.

Aspectos a tomar en cuenta

1 .Han captado la atención de los usuarios de los recursos.

2 .Han sido positivas las reacciones en cuanto a la aplicación de cada recurso electrónico.

3. Se ha evidenciado el uso de los distintos recursos nuevos a su disposición.

4.Se ha observado cambios en los usuarios a raíz del uso de los recursos electrónicos de comunicación.

5.Ha habido necesidad de explicar algunos aspectos de su uso

6.Ha habido mensajes de doble vía y retroalimentación

6. Se lleva una tabla adicional de control de visitas a los medios electrónicos de comunicación.

7. Permite la obtención de comentarios del público.

TABLA DE CONTROL. NO.3			
Control de resultados.			
Aspectos a tomar en cuenta	a.	b.	c.
1 . Número de visitas recibidas en un mes	30	10	2
2. Número de ediciones al mes.	1	1	
3. Número de actualizaciones.	2	8	
4. Número aproximado de usuarios de los medios.	35	12	1
5. Número de personas encargadas del seguimiento y control de las mismas.	1	1	1
6. Número de materiales de publicidad creados durante el EPS	1	1	1
7. Número de boletines creados	1		
8. Número de notas de prensa difundidos	80		
8. Número de fotografías y eventos publicados.	25		

4.1. Descripción.

Las anteriores tablas de permiten observar el desarrollo y aplicación de la estrategia propuesta ejecutada. La tabla número uno es la guía para el diseño correcto de la estrategia, que permite tomar en cuenta el objetivo de cada uno de los productos de la misma, así como los elementos aplicados en los tres ejes de centrales, refiriéndonos a buzón electrónico, manual de redes institucional y boletín electrónico. Elementos importantes de diseño para propuesta ejecutada se encuentra basada en una imagen de la institución, facilidad de localización en Web, bajo costo y fácil comprensión y manejo, así a adopción a los requerimientos específicos a la obtención de resultados para una mejor y efectiva comunicación entre cada una de las Unidades.

El control de impacto, respecto a la implementación de los ejes de la estrategia muestra diferentes niveles de aceptación entre las Unidades de trabajo institucionales, el impacto se percibe mediano alcance ya que al momento de concluir la práctica supervisada, no todos los miembros fueron susceptibles a los cambios y a las nuevas formas de comunicación interinstitucional.

El impacto generado con la implementación del Manual de Redes Sociales Interinstitucional, fue inmediato y positivo, ya que norma y establece puntos de referencia para el manejo y uso correcto de los medio electrónicos de comunicación, al abrir y estandarizar la forma de promocionar y vincular a la institución con sus diferentes departamentos, delegaciones, usuarias, seguidores, colaboradores entre otros.

El control de resultados es medido a través del instrumento de observación, lo cual evidencia que el número de visitas recibidas en un mes en los medios electrónicos, el número de actualizaciones, el número de personas encargadas del seguimiento y control de las mismas, en este punto de puede mencionar que en el caso del Manual de Redes Sociales, el seguimiento y control está a cargo de una persona asignada por la institución quien será el que vele por su cumplimiento.

Conclusiones

- La Defensoría de la Mujer Indígena, es una institución del estado encargada de defender y promover el pleno ejercicio de los derechos de las mujeres indígenas, en base a valores y principios de los pueblos.
- Se encontró la posibilidad de fortalecer el uso correcto de los recursos electrónicos para la comunicación interna de la institución, por medio del manual de redes interinstitucional así como un buzón electrónico y un boletín interno mensual.
- La unidad de comunicación de la institución será la encargada de dar seguimiento a la implementación de la estrategia generada con el presente estudio de EPS.
- Con el trabajo realizado se logró optimizar la comunicación interinstitucional, por medio de los productos implementados, siendo responsabilidad del encargado del departamento mantener actualizados los medios.
- Con la implementación del manual de redes sociales interno se registró el curso a seguir para la aplicación correcta de los recursos electrónicos para la comunicación de forma óptima.
- El seguimiento y control de la estrategia propuesta con este estudio permitirá a la institución mantenerse a la vanguardia de la tecnología para un mejor servicio y proyección a la sociedad.

Recomendaciones.

- Se recomienda a la DEMI que para seguir siendo una institución que se caracterice por velar por los derechos de las mujeres indígenas, mantenerse actualizados en el uso correcto de recursos para la comunicación.
- Para que el seguimiento y eficacia de la estrategia comunicacional propuesta con este estudio se cuente con la persona idónea en el departamento de comunicación encargada del control y mantenimiento del mismo.

Bibliografía

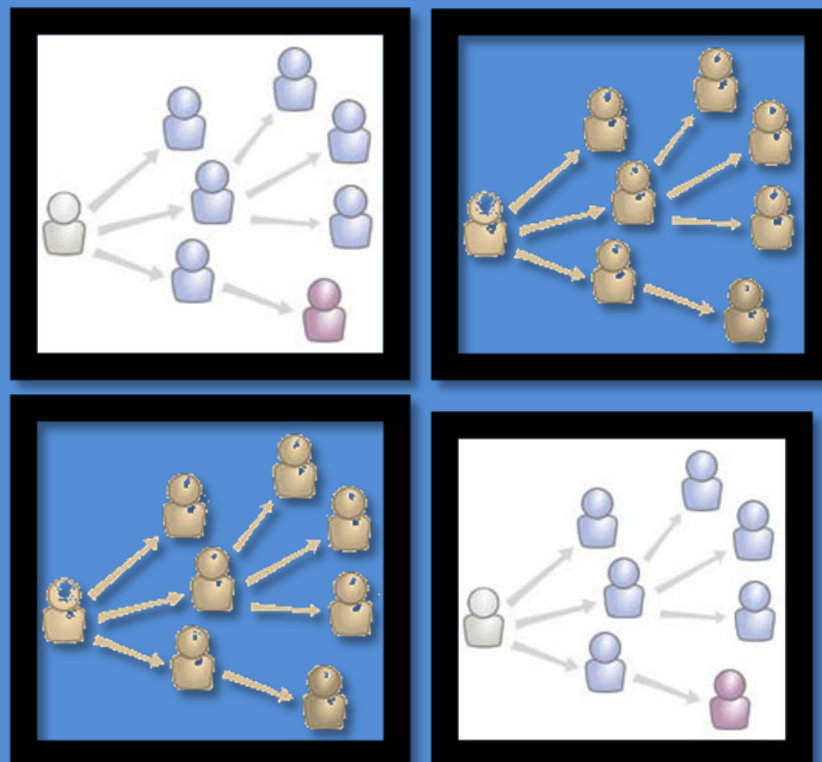
- DEMI. Agenda Articulada de Mujeres Mayas Garífunas y Xincas.
- DEMI. El Acceso de las Mujeres Indígenas al Sistema de Justicia Oficial de Guatemala (Segundo Informe).
- DEMI. Derechos Específicos de la Mujeres Indígenas. Guatemala 2010
- DEMI. Área de Atención de Casos. (Folleto).
- DEMI. ¡Es tiempo! Hablemos de nuestros derechos. Trifoliar
- DEMI. Acuerdo Gubernativo No. 525-99 y sus Reformas
- Memoria de labores Defensoría de la Mujer Indígena Guatemala 2013-2014 - DEMI, 2014
- Presentación ejecutiva de la Misión y Visión de la Institución.
- Informe Temático. Contribución de las Mujeres Indígenas en la Economía de Guatemala.
- Trifoliar, Área Geográfica de DEMI.
- Segundo Informe, Juzgados y Tribunales Penales de Delitos de Femicidio y otras Formas de Violencia Contra la Mujer.
- Campañas de Publicidad DEMI.
Promoción de los Derechos de las Mujeres Indígenas.

E-grafía

- **Título: Guía de las buenas prácticas de la comunicación interna**
Pagina: www.feaps.org
Link:
http://www.feaps.org/biblioteca/libros/documentos/comunicacion_interna.pdf
CAJA MADRID, OBRA SOCIAL 2008
- **Pagina web oficial institución.**
<http://demi.gob.gt/>
- **Wikipedia, Wikimedia.**
<http://en.wikipedia.org/wiki/SPSS>
- **Academia de Lenguas Mayas**
<http://www.almg.org.gt/>
- **Guía de elaboración de diagnósticos**
<http://www.cauqueva.org.ar/archivos/gu%C3%ADa-de-diagn%C3%B3stico.pdf>
Ing. Agrónomo Javier Rodríguez Cauqueva, 2007
- **Canal de Gobierno, 2013.**
<http://www.guatemala.gob.gt/>
- <http://internodemiboletin.blogspot.com/2014/06/bienvenidos.html?sref=fb>

Anexos: 4.3 Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES													
Actividades de Planificación y estrategia		Febrero				Marzo				Abril			
		Período por semana				Período por semana				Período por semana			
No.	Descripción	3 al 7	10 al 14	17 al 21	24 al 28	3 al 7	10 al 14	17 al 21	24 al 31	1 al 4	7 al 11	14 al 18	21 al 30
1	Pre-entrevista con DIRCOM	X											
2	Acercamiento con la institución Defensoría de la Mujer Indígena (DEMI)	X											
3	Reunión con El Lic. Carlos Vázquez (Director de Comunicación de DEMI) y presentación con las	X											
4	Inicié de operaciones laborales en la Defensoría de la Mujer Indígena (DEMI)	X											
5	Presentación de las Eperútar con las unidades de (DEMI)	X											
6	Asignación de equipo y mobiliario para cada una de las Eperútar		X										
7	Reunión de equipo de trabajo		X										
8	Información y delimitación de las necesidades principales en el Departamento de Comunicación.		X										
9	Delimitación de las atribuciones para cada una de las Eperútar.		X										
10	Inicié de recopilación de datos, documentar, transcribir de la Defensoría de la Mujer Indígena			X									
11	Lectura y análisis de los documentos obtenidos en la (DEMI)			X									
12	Recolección de la información en las distintas Unidades de la Defensoría de la Mujer Indígena			X									
13	Evaluación del Departamento de Comunicación, en relación a la comunicación interna, externa, manifiesta de mediar y redireccionar.			X									
14	Delimitación de las atribuciones de las tres estudiantes del EPS, en la Defensoría de la Mujer Indígena (DEMI)			X									
15	Reunión de equipo de trabajo, para desarrollar el objetivo, dar seguimiento al diagnóstico, elaboración de la encuesta, entrevista.			X									
16	Encuestar y entrevistar al personal de la (DEMI) para determinar los problemas específicos del Departamento de Comunicación de la Defensoría de la Mujer Indígena.				X								
17	Encuestar y entrevistar al personal de la (DEMI) para determinar los problemas específicos del Departamento de Comunicación de la Defensoría de la Mujer Indígena.				X								
18	Realización del vaciado de las encuestas y entrevistas					X							
19	Análisis y resultados de la información obtenida a través de las encuestas y entrevistas						X						
20	Realización de gráfico y elaboración del plan de acción en base a los resultados obtenidos a través del estudio realizado al Departamento de Comunicación, durante un mes en la Defensoría de la Mujer Indígena (DEMI)							X	X				
21	Reunión de con el equipo de trabajo								X				
22	Redacción del informe final								X				
23	Corrección del informe final								X				
24	Corrección de datos y gráfico								X				
25	Cancelaciones								X				
26	Anexar								X				
27	Reunión de trabajo								X				
28	Reunión previa a la entrega de informe.								X				
29	Entrega del informe final.								X				
30	Correcciones en el diagnóstico									X			
31	Redacción de Estrategia de Comunicación									X			
32	Redacción de Objetivo										X		
33	redacción de plan										X		
34	Actividades a realización											X	
35	Redacción de recurso humana											X	
36	Plan operativo											X	
37	Propuesta a invertir en la acción											X	
38	Programación y calendarización de todas las actividades											X	
39	Revisión general de la estrategia												X
40	Impresión y entrega de informe final												X



Manual de Redes Institucional

– Defensoría de la Mujer Indígena –

Junio de 2014

Adaptación: José Gabriel Amaya
Unidad de Comunicación Social
Defensoría de la Mujer Indígena
Original: Maday Landaverde
Community Manager INFOM



Boletín electrónico

The screenshot shows a web browser window with the URL `internodemiboletin.blogspot.com/2014/06/bienvenidos.html?spref=fb`. The page features a large header with the title **BOLETÍN INTERNO -DEMI-** and the tagline **Tecnológicamente bien informados para servir mejor.**

The main content area is dated **LUNES, 30 DE JUNIO DE 2014** and contains a post titled **BIENVENIDOS**. The text of the post reads: **Bienvenidos a este sitio en el que podremos encontrar información acerca de las actividades internas mensuales.** To the right of the text is a circular logo with a stylized face and a ribbon.

On the left side, there are sections for **FOTOS NUESTROS EVENTOS** (with a photo of two people), **PÁGINAS IMPORTANTES** (with a link to **Página Principal**), and **ARCHIVO DEL BLOG** (with a list of posts from 2014 and 2013).

On the right side, there are sections for **BUZÓN 3** (with a link to **Escríbenos**), **ESCRIBE TU MAIL** (with an email input field and a **Submit** button), and **ACERCA DE MÍ** (with a profile picture and a link to **Ver mi perfil completo**).

Below the main post, it indicates the post was published by **DEMI-BOLETIN-GAMAYA** at 14:24. There is one comment from **gaby** on June 30, 2014, at 23:43, with the text **pruebq** and a **Responder** link. A comment form is provided below the comment, with a text area for **Escribe un comentario...**, a dropdown menu for **Comentar como:** (set to **Cuenta de Go...**), and **Publicar** and **Vista previa** buttons.

Fuente: DEMI Gabriel Amaya, julio 2014

Buzón electrónico

FOTOS NUESTROS EVENTOS

LUNES, 30 DE JUNIO DE 2014

ACERCA DE MÍ

DEMI-BOLETIN-GAMAYA

Ver mi perfil completo

BUZÓN

Nombre

Correo electrónico *

Mensaje *

Enviar

ESCRIBE TU MAIL

Email add Submit

Misión y Visión

Misión de la DEMI

Defender y promover el pleno ejercicio de los derechos de las mujeres indígenas, para contribuir a la erradicación de todas las formas de violencia y discriminación contra la mujer indígena.

Visión de la DEMI

Ser una institución pública consolidada que promueve el pleno ejercicio de los derechos de las mujeres indígenas en base a los principios y valores de los pueblos indígenas.

Publicadas por DEMI-BOLETIN-GAMAYA a la/s 17:28

No hay comentarios.:

Publicar un comentario

Escribe un comentario...

Comentar como: Cuenta de

Publicar Ver previa

Entrada más reciente Página Principal Entrada antigua

Suscribirse a: Comentarios de la entrada (Atom)

Fuente: DEMI Gabriel Amaya, julio 2014

Actividades adicionales.



Apoyo logístico en comisiones de la institución



Toma de fotografías



Selección y archivo de fotografías.

Profesionales:

