

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



“Fortalecimiento de diseño digital segmentado para adolescentes en redes sociales e implementación de calendarización de publicaciones en redes sociales para la Secretaría Contra la Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas”

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

MILDRED MARLENI DE LEÓN HERNÁNDEZ

200715550

Previo a optar el título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, Octubre de 2019

Consejo Directivo:

Director:

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Representantes Docentes:

M.A. Augusto Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trijillo

Representantes Estudiantiles:

Gabriela Eugenia Menegazzo

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representantes Egresados:

M.A. Jhony Michel González Batres

Secretaria:

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

Coordinador EPS Licenciatura:

M.A. Luis Arturo Pedroza Gaytán

Supervisor de EPS Licenciatura:

Lic. Josué Othoniel Andrade de la Cruz

Guatemala, 16 de Septiembre de 2019

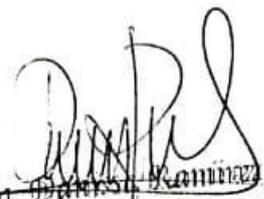
M.A. Luis Pedroza
Coordinador
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Maestro Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que el(a) estudiante(a) epesista **MILDRED MARLENI DE LEÓN HERNÁNDEZ** con número de carné: **200715550** de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, realizó el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en **DIRECCIÓN CONTRA LA TRATA DE PERSONAS** cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del 13 de Mayo al 07 de Agosto del año en curso; tiempo durante el cual ejecutó el proyecto comunicacional: **"Fortalecimiento de diseño digital segmentado para adolescentes en redes sociales e implementación de calendarización de publicaciones en redes sociales para la Secretaría Contra la Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas"** entregando el material respectivo y debidamente recibido por: **Secretaría contra la Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas (SVET)**.

En tal virtud manifestamos satisfacción sobre el trabajo del (la) epesista y para los usos y procesos siguientes en el EPS de Licenciatura, extendemos la presente **CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE SU PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA** en nuestra institución.

Atentamente,


Lidia Patricia Ramírez
Directora contra la Trata de Personas
Secretaría contra la Violencia Sexual,
Explotación y Trata de Personas



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



Guatemala, 4 de octubre de 2019

Estudiante
Mildred Marleni De León Hernández
Carné: 200715550
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

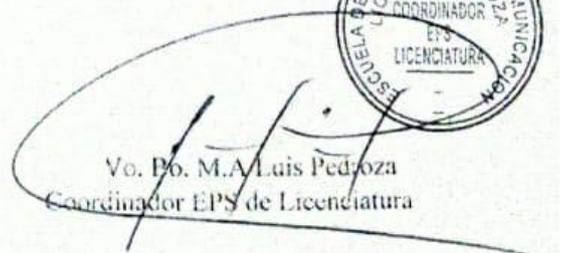
Por este medio informo a usted, que he revisado el informe final de su proyecto de EPS de Licenciatura con título: **"FORTALECIMIENTO DE DISEÑO DIGITAL SEGMENTADO PARA ADOLESCENTES EN REDES SOCIALES E IMPLEMENTACIÓN DE LA CALENDARIZACIÓN DE PUBLICACIONES EN REDES SOCIALES PARA LA SECRETARÍA CONTRA LA VIOLENCIA SEXUAL, EXPLOTACIÓN Y TRATA DE PERSONAS"**. El citado trabajo llena los requisitos del rigor del presente programa, por lo cual se emite **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y distribución digital del informe final del EPS de Licenciatura en 5 CD's con el documento en PDF los cuales deberá entregar en las instancias correspondientes para su archivo y publicación.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Lic. Josue Andrade
Supervisor EPS de Licenciatura




Vo. Pó. M.A. Luis Pedroza
Coordinador EPS de Licenciatura



Para los efectos legales, únicamente la autora es responsable del contenido de este trabajo.

DEDICATORIA

- A DIOS:** Quién ha sido mi guía, mi luz y mi fortaleza, por darme la vida y la bendición de concluir esta etapa, por estar conmigo en todo momento dándome sabiduría y conocimiento para concluir cada una de mis metas.
- A MIS PADRES:** Reyna y Otoniel, quienes han sido un pilar fundamental a lo largo de mi vida, quiénes han estado día y noche brindándome su amor y apoyo para cada una de las metas que me he propuesto.
- A MI ESPOSO:** Edras Velásquez, mi compañero de vida, mi amigo, mi ayuda idónea, gracias a su amor, apoyo y paciencia para llevar a cabo nuestros proyectos de vida, ha sido mi motivación para seguir adelante.
- A MI HIJO:** Javier Andrés, mi motor de vida, mi inspiración con su sonrisa alegre mis días para no rendirme y seguir adelante, su comprensión durante el tiempo para culminar fue muy importante para mí.
- HERMANOS:** Leslie, Dani y Oto, por formar parte de mi vida y brindarme su cariño y apoyo.
- ABUELOS:** Mis abuelitos quiénes están en el cielo, sé que sentirían muy orgullosos de ver alcanzada mi meta. (Manuel, Eleonida, Angélica y Pablo) (+)
- FAMILIA:** A todos mis tíos, primos, sobrinos, cuñados, cuñadas, suegros, por creer en mí y darme ánimos y fortaleza.
- AMIGA:** Heidy Díaz, por su apoyo y oraciones a lo largo de todo el camino.

AGRADECIMIENTOS

A la UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA, mi amada Tricentenario que me permitió alcanzar mis sueños.

A la ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, que me dio todas las herramientas para formarme como profesional.

A la Secretaría contra la Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas, (SVET) en especial la Dirección contra la Trata de Personas, por abrir sus puertas para poder ejecutar el EPS.

A mí cuñada Saraí de Lopez, mi hermano Daniel de León, padres y suegros quienes brindaron su apoyo incondicional para cuidar de mi hijo y poder completar cada una de las fases del EPS.

Al Lic. Josué Andrade por su apoyo en la asesoría de EPS.

A mis compañeras de cursos durante mi formación académica y catedráticos universitarios en especial al Lic. Douglas Barillas por compartir de sus conocimientos y amistad.

A HD Estudio 3D por darme el tiempo para poder llevar a cabo mis metas.

RESUMEN

Nombre de la Institución:	Secretaría contra la Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas
Nombre del Proyecto:	“Fortalecimiento de diseño digital segmentado para adolescentes en redes sociales e implementación de calendarización de publicaciones en redes sociales para la Secretaría Contra la Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas”
Objetivos del proyecto	
General:	Fortalecer la imagen en diseño digital de SVET principalmente de la Dirección de Trata de personas, a través de redes sociales.
Específicos:	<p>Reforzar la imagen institucional de la Dirección Contra la Trata de Personas (Diseño digital para Adolescentes)</p> <p>Implementar calendario para las publicaciones en redes sociales <i>Facebook</i> y <i>Twitter</i></p> <p>Elaborar material digital gráfico para publicaciones y uso institucional para la Dirección Contra la Trata de Personas</p>
Sinopsis:	La Secretaría contra la Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas (SVET) se encarga de brindar asesoría en Guatemala para la prevención, atención, persecución y sanción de los delitos de violencia sexual, explotación y trata de personas (VSET). En la Dirección Contra la Trata de Personas su principal actividad es erradicar e

informar a la población en general sobre la Trata de Personas. En SVET se ha creado políticas públicas como la Política Pública Contra la Trata de Personas y Protección Integral de Víctimas. También cuenta con una legislación específica como el Decreto 9-2009 del Congreso de la República, Ley Contra la Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas (LEY VET). Entre los cuales los objetivos primordiales es prevenir, reprimir, sancionar y erradicar la VSET.

INTRODUCCIÓN

La Secretaría contra la Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas (SVET), es una dependencia de la Vicepresidencia para la prevención, brindar atención, persecución y sanción de delitos en violencia sexual, la explotación y la trata de personas. Dicha institución brinda apoyo a la población en general (hombres, mujeres, niños, niñas, adolescentes, jóvenes y adultos) que sufren alguno de estos problemas sociales.

En la actualidad la sociedad vive en una era digital donde cada día evoluciona generando nuevas tendencias. Las redes sociales las cuales ayudan a conectar personas también ahora son utilizadas para conectar a instituciones públicas, privadas con su público objetivo con el fin de promocionar, informar o comercializar sus productos o servicios.

Es también por medio de las redes sociales las personas tienen la opción de enviar y recibir solicitudes de amistad a familiares, amigos o personas que tengan intereses en común. Es lamentable que estas redes sociales sean utilizadas por personas que con malas intenciones creando perfiles falsos a fin de engañar a sus posibles víctimas quienes en su mayoría son adolescentes, quienes están más expuestos por su uso frecuente a las redes sociales, aun cuando supone que las redes sociales son para mayores de edad logran crear perfiles, incluso sin autorización de sus padres y así como los engañan y son más vulnerables a ser víctimas de violencia sexual, explotación y trata de personas, esta modalidad es conocida como *grooming*.

El impacto que se puede generar en las personas a través de las redes sociales se puede lograr con una apropiada administración del manejo de redes sociales y calendarización en las publicaciones debidamente segmentadas. Hoy en día las redes sociales se encuentran a un fácil acceso de conexión por medio de *internet*, a través de una computadora, *Tablet* o celular.

Difundir un mensaje conciso y directo segmentado es importante para lograr la atención del público objetivo, con el fin de dar a conocer la información acorde a sus necesidades y de esta forma se puede crear un contenido creativo en diferentes formatos y así interactuar de forma estratégica con los seguidores y crear el impacto deseado en ellos.

Es importante que los mensajes sobre la Trata de Personas que se transmiten a través de los diferentes medios de difusión y comunicación sean segmentados para una mejor recepción y retroalimentación del público objetivo. La Dirección contra la Trata de Personas, difunde la información para prevenir y sensibilizar a la población sobre el delito de trata de personas, conocer la ruta de denuncias, la prevención sobre la trata de personas, modalidades de trata de personas, entre otros.

JUSTIFICACIÓN

La Secretaría contra la Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas (SVET) brinda información a través de su cuenta institucional en *Facebook* y *Twitter* donde se maneja la misma cuenta de la red social para cada una de las Direcciones de SVET. Se considera que al realizar una calendarización para la programación de publicaciones de las acciones que realiza la Dirección Trata de Personas con el fin de transmitir mensajes segmentados y un mejor alcance a su público objetivo.

Para optar al grado de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se debe cumplir con el requisito del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS), el cual SVET me dio la oportunidad de realizar el estudio en la Dirección Contra la Trata de Personas, en el cual durante la práctica se realizaron tres fases: Fase diagnóstica para evaluar la gestión comunicacional y en base a ello crear la segunda fase del Plan de Comunicación con estrategias y acciones para buscar dar soluciones y establecer procesos comunicacionales para el beneficio de la Dirección de la institución.

ÍNDICE

RESUMEN.....	I
INTRODUCCIÓN.....	III
JUSTIFICACIÓN.....	V
CAPÍTULO I.....	1
1. DIAGNÓSTICO.....	1
1.1 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO.....	1
1.1.1 Objetivo General.....	1
1.1.2 Objetivos Específicos.....	1
1.2 LA INSTITUCIÓN.....	1
1.2.1 Ubicación Geográfica.....	1
1.2.2 Integración y alianzas Estratégicas.....	1
1.2.3 Antecedentes o Historia.....	2
1.2.4 Departamentos o Dependencias.....	3
1.2.5 Misión.....	3
1.2.6 Visión.....	4
1.2.7 Objetivos institucionales.....	4
1.2.8 Público objetivo.....	6
1.3 METODOLOGÍA.....	7
1.3.1 Descripción del método.....	7
1.3.2 Técnicas de instrumentos de recolección.....	7
1.3.3 Cronograma del diagnóstico.....	8
1.4 RECOPIACIÓN DE DATOS.....	8
1.4.1 Gráficos e interpretaciones del resultado del cuestionario abierto.....	8
1.5 RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN.....	9
1.5.1 Fortalezas.....	9
1.5.2 Oportunidades.....	9
1.5.3 Debilidades:.....	10
1.5.4 Amenazas:.....	10

CAPÍTULO II.....	11
2. PLAN DE COMUNICACIÓN.....	11
2.1 ANTECEDENTES COMUNICACIONALES	11
2.2 OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN	11
2.2.1 Objetivo General.....	11
2.2.2 Objetivo Especifico	11
2.3 PÚBLICO OBJETIVO	11
2.4 MENSAJE	12
2.5 ESTRATEGIAS	12
2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN.....	12
CAPÍTULO III	14
3. INFORME DE EJECUCIÓN	14
3.1 PROYECTO DESARROLLADO	14
3.1.1 Financiamiento	14
3.1.2 Presupuesto.....	14
3.1.3 Beneficiarios.....	14
3.1.4 Recursos Humanos	15
3.1.5 Áreas Geográficas de Acción.....	15
3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS	15
.....	17
.....	17
3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	24
3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO.....	24
CONCLUSIONES	26
RECOMENDACIONES	27
GLOSARIO DE TÉRMINOS	28
BIBLIOGRAFÍA	30
E-GRAFÍA	30
ANEXOS.....	32
ANEXOS.....	36
ANEXOS.....	41

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO

Diagnóstico para el fortalecimiento de diseño digital segmentado para adolescentes en redes sociales e implementación de calendarización de publicaciones en redes sociales para la Secretaría Contra la Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas.

1.1 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.1.1 Objetivo General

Diagnosticar la comunicación a través de redes sociales en su diseño digital de la Secretaría contra la Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas.

1.1.2 Objetivos Específicos

Analizar la información y estadísticas proporcionadas por la Secretaría contra la Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas, para fortalecer su imagen digital.

Estudiar las modalidades de Trata de Personas para transmitir mensajes a través de las redes sociales acorde a su grupo objetivo.

1.2 LA INSTITUCIÓN

Secretaría Contra la Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas (SVET)

1.2.1 Ubicación Geográfica

4a. Calle 5-51, zona 1, Guatemala, Guatemala.

1.2.2 Integración y alianzas Estratégicas

Instituciones de Estado a las cuales por mandato tienen relación por delito por Secretaría Contra la Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas (SVET). En las cuales se destacan la Procuraduría de los Derechos Humanos, Organismo Judicial, Ministerio Público, Policía Nacional Civil, Ministerio de Educación, entre otros.

1.2.3 Antecedentes o Historia

La Secretaría contra la Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas, surge en el año 2011, como una Secretaría adscrita administrativamente a la Vicepresidencia de la República de Guatemala, para dar cumplimiento al Decreto No. 9-2009 de Congreso de la República, que fue emitido el 18 de febrero de 2009, la cual tiene como objeto de prevenir, reprimir, sancionar y erradicar la violencia sexual, la explotación y la trata de personas, la atención y protección de sus víctimas y resarcir los daños y perjuicios ocasionados.

El Decreto No. 09-2009 en su Artículo 4, establece la creación e instalación de la Secretaría contra la Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas SVET, adscrita a la Vicepresidencia de la República, describiendo sus funciones en el Artículo 5 de la referida Ley. (Ley Contra la Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas)

Asimismo, el Artículo 6 regula una función importante de la SVET la cual establece que la “La Secretaría es la responsable de velar y dar cumplimiento a esta Ley y a políticas y planes relacionados con la misma. Con el propósito de garantizar la aplicación de esta Ley, la Secretaría deberá crear o reconocer comisiones integradas por instituciones del Estado y la sociedad civil relacionadas con la materia de violencia sexual, explotación y trata de personas. La aprobación del Decreto Número No. 9-2009, es el resultado del cumplimiento y compromisos internacionales que el Estado Guatemalteco ha contraído como consecuencia de la ratificación de instrumento o supranacionales tales como: El Protocolo para Prevenir, Reprimir, y Sancionar la Trata de Personas, especialmente de mujeres y niños, que complementa la Convención de las Naciones Unidas contra la Delincuencia Organizada Transnacional, y los Convenios Números 29, 105 y 182 de la Organización Internacional del Trabajo. (Secretaría contra la Violencia Sexual, Historia SVET, 2019)

1.2.4 Departamentos o Dependencias

Despacho superior

Sub-despacho

Recepción

Dirección Administrativa

Dirección Financiera

Dirección contra la Violencia Sexual

Dirección contra la Explotación

Dirección contra la Trata de Personas

Dirección de Albergues Temporales

Dirección de Monitoreo y Estadística

Unidad de Auditoría Interna

Unidad de Asuntos Jurídicos

Unidad de Recursos Humanos

Unidad de Planificación

Unidad de Información Pública

Unidad de Género

Informática

Comunicación social y Diseño

(Secteraría contra la Violencia Sexual, 2019)

1.2.5 Misión

Somos el ente rector, articulador y asesor en Guatemala para la prevención, atención, persecución y sanción de los delitos de violencia sexual, explotación y trata de personas. (Secretaría contra la Violencia Sexual, Secretaría contra la Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas, 2019)

1.2.6 Visión

Ser la institución referente en la reducción de los delitos contra la violencia sexual, explotación y trata de personas. (Secretaría contra la Violencia Sexual, Secretaría contra la Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas, 2019)

1.2.7 Objetivos institucionales

Objetivo de Desarrollo:

Contribuir a la reducción de los índices de los delitos de la violencia sexual, explotación y trata de personas.

Objetivos Estratégicos:

Objetivo Estratégico Primero:

Asesorar y orientar a las instituciones del Estado, en la detección, prevención y protección de los delitos de Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas.

Narración del objetivo estratégico:

De acuerdo al mandato de cada una de las instituciones del Estado vinculadas en las acciones VSET, la Secretaria asesora y orientará a las institucionales del Estado, mediante procesos de formación sistemática, así como la dotación de herramientas técnicas, para la detección, prevención y protección, a fin de lograr la especialización en el abordaje de la VSET.

Objetivo Estratégico Segundo:

Promover un sistema de recomendaciones especializadas para combatir los delitos contra la violencia sexual, explotación y trata de personas a través de la articulación de las instituciones de gobierno y sociedad civil, prioritariamente en el ámbito local. Narración del objetivo estratégico:

El Decreto Ley 9-2009 establece que la Secretaria deberá emitir recomendaciones a las instituciones del Estado en el combate contra la VSET; para ello se establecerá un sistema de recomendaciones el cual se desarrollará conjuntamente con sociedad civil, los cuales se basarán en el análisis circunstanciado del fenómeno de VSET.

Objetivos Operativos:

Elaborar un mapeo de los mandatos institucionales y análisis de la vinculación con el tema de VSET en la actuación programática a través de proceso de investigación y actualización de información.

Elaborar un sistema de articulación institucional que permita operativizar el mandato de la SVET

Desarrollar una modelo de formación técnica y programática para la especialización de las instituciones vinculadas en el tema VSET, mediante procesos de capacitación.

Elaborar la estrategia de prevención de los delitos VSET que incluye las diferentes modalidades comunicacionales con enfoque de género, derechos humanos y pertinencia cultural, mediante jornadas informativas y capsulas informativas.

Elaborar instrumentos que faciliten a las instituciones la detección, prevención, protección y atención (protocolos, hojas rutas, software para el monitoreo entre otros), a través de la orientación y asesoría institucional.

Elaborar el sistema de indicadores para el modelo de recomendaciones especializadas en VSET, a través de proceso de consenso con las instituciones vinculadas con la problemática.

Revisar y actualizar la base técnica y metodológica de las Redes Departamentales, facilitándoles herramientas técnicas para el trabajo de articulación local.

Desarrollar un sistema de registros y monitoreo a nivel nacional sobre el delito de VSET, mediante el análisis de los datos estadísticos producidos por las

(Secretaría contra la Violencia Sexual, 2019)

1.3 METODOLOGÍA

1.3.1 Descripción del método

(Sampieri, 2006, pág. 9) Explica: “El enfoque cualitativo puede concebirse como un conjunto de prácticas interpretativas que hacen al mundo “visible”, lo transforman y convierten en una serie de representaciones en forma de observaciones, anotaciones, grabaciones y documentos. Es *naturalista* (porque estudia los fenómeno y seres vivos en sus contextos o ambientes naturales y en su cotidianidad) e *interpretativo* (pues intenta encontrar sentido a los fenómenos en función de los significados que las personas otorguen).

Se aplica método cualitativo para identificar las cualidades de las modalidades de trata, qué es la trata, verbos rectores, recomendaciones para prevenir la trata, identificar a una posible víctima, en la Dirección Trata de personas, para segmentar las publicaciones a realizar en las Redes Sociales *Facebook* y *Twitter*.

1.3.2 Técnicas de instrumentos de recolección

Revisión de archivos y documentos

En los estudios cualitativos se dan: entrevistas, pruebas proyectivas, cuestionarios abiertos, sesiones de grupos, biografías, revisión de archivos, observación entre otros. (Sampieri, 2006, pág. 14)

El cuestionario solamente es un instrumento, una herramienta para recolectar datos con la finalidad de utilizarlos en una investigación. Primero debemos tener claro qué tipo de investigación queremos realizar, para entonces poder determinar si nos puede resultar útil aplicar un cuestionario. (Montero, 2003)

Para la recolección de datos y conocer más sobre la Dirección Trata de Personas de SVET: Se procede a la revisión de documentos y lectura, proporcionados por la Secretaría de Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas. Dentro de estos se mencionan:

- a. Política Pública contra la Trata de personas (Parte I y II)
- b. Protocolo de Palermo
- c. Ley Contra la Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas.

Decreto No. 9-2009 del Congreso de la República

- d. Campaña Corazón Azul
- e. Material institucional (material gráfico)
- f. Ley de Protección Integral de la Niñez y la Adolescencia
- g. Código Penal

1.3.3 Cronograma del diagnóstico

Actividad	Febrero																											
	1							2							3							4						
1. Entrega Carta Solicitud EPS	■																											
2. Visita a la Institución																												
3. Elaboración de instrumentos de recolección de datos																												
4. Consulta de documentos (Leyes, Presentaciones, Protocolo Palermo)																												
5. Realización de entrevistas																												
6. Redacción de Diagnóstico																												
7. Entrega de Diagnóstico																												

1.4 RECOPIACIÓN DE DATOS

1.4.1 Gráficos e interpretaciones del resultado del cuestionario abierto.

Entrevistada:	Licda. Nadia Salazar
Fecha:	08 de Febrero de 2019
Objetivo:	Recopilar información sobre la Secretaría contra la Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas. Conocer el trabajo que realiza SVET en Guatemala y su inicio.

Entrevistada:	Licda. Ingris Rodríguez
Fecha:	11 de Febrero de 2019
Objetivo:	Recopilar información sobre la Dirección Contra la Trata de Personas. Conocer el trabajo que realiza la Dirección.

Entrevistada:	Licda. Danissa Ramírez
Fecha:	11 de Febrero de 2019
Objetivo:	Recopilar información sobre la Dirección Contra la Trata de Personas. Conocer el trabajo que realiza la Dirección.

Entrevistada:	Juan Luis Pineda
Fecha:	11 de Febrero de 2019
Objetivo:	Recopilar información sobre el diseño gráfico de la Dirección Contra la Trata de Personas. Conocer material gráfico del tema.

1.5 RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN

1.5.1 Fortalezas

Recurso humano capacitado en SVET principalmente en la Dirección Contra la Trata de Personas.

La Secretaría contra la Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas, está basada en el Decreto No. 9-2009. Los proyectos que desarrollan cuentan con el apoyo de alianzas estratégicas nacionales e internacionales.

Página Web, Redes Sociales y teléfono 110 de la Policía Nacional Civil, para realizar las denuncias para las víctimas de Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas.

1.5.2 Oportunidades

Tienen como potencial apoyo de la Policía Nacional Civil (PNC) para realizar las denuncias de Trata de Personas a través del teléfono 110, así mismo como otras entidades como Procuraduría General de la Nación (PGN), Ministerio Público (MP), Ministerio de Gobernación, Ministerio De Relaciones Exteriores, Registro Nacional de las Personas (RENAP), Unicef Guatemala, entre otros.

Apoyo de instituciones extranjeras como USAID, ONU para realización de campañas.

1.5.3 Debilidades:

La Dirección Contra la Trata de Personas no cuenta con una calendarización de publicaciones segmentadas para sus publicaciones en Redes Sociales.

Las publicaciones no están segmentadas, ni texto el publicitario acorde a su público objetivo.

Un administrador de redes sociales para todas las direcciones de SVET.

Diseñador comparte el trabajo de diseño gráfico de publicaciones entre dos direcciones de la Secretaría.

1.5.4 Amenazas:

El no dar a conocer la información segmentada y texto publicitario acorde a su público objetivo, expone aún más a los adolescentes, porque el mensaje no está dirigido a ellos.

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

2.1 ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

No se registran antecedentes comunicacionales, es primera vez que se realizará el Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) en la Dirección Contra la Trata de Personas, de la Secretaría contra la Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas (SVET).

2.2 OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

2.2.1 Objetivo General

Fortalecer la imagen en diseño digital de SVET principalmente de la Dirección de Trata de personas, a través de redes sociales.

2.2.2 Objetivo Especifico

Reforzar la imagen institucional de la Dirección Contra la Trata de Personas (Diseño digital para Adolescentes)

Implementar calendario para las publicaciones en redes sociales *Facebook y Twitter*

Elaborar material digital gráfico para publicaciones y uso institucional para la Dirección Contra la Trata de Personas.

2.3 PÚBLICO OBJETIVO

Externo: El público a quién estará dirigido las publicaciones es para adolescentes del área urbana.

(Según Ley de Protección Integral de la Niñez y Adolescencia, Artículo 2)
Desde los 13 años hasta que cumple dieciocho años de edad. (Adolescencia, 2019)

Interno: Para uso del área de Comunicación Social y Dirección contra la Trata de Personas SVET.

2.4 MENSAJE

La campaña corazón azul, liderada por UNODC y SVET utiliza como mensaje Contra la Trata de Personas:

“EL SER HUMANO, NO ESTÁ A LA VENTA”.

(Azul, 2019)

Se podrá utilizar un *#Hashtag* de refuerzo en los mensajes de las publicaciones en las redes sociales dirigida a adolescentes del área urbana el siguiente mensaje:

#YoNoEstoyALaVenta

2.5 ESTRATEGIAS

Reforzar la imagen institucional dirigida a adolescentes del área urbana.

2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN

ACCIÓN 1	
Problema:	Mensaje sobre la Trata de Personas no está segmentado en las redes sociales. Está dirigido a la población en general.
Producto:	Diseño de material gráfico dirigido a adolescentes del área urbana..
Objetivo comunicacional:	Fortalecer el material gráfico que ya tiene la Dirección Contra la Trata de Personas creando artes digitales.

Público objetivo:	Externo: Adolescentes (Según ley de Protección Integral de la Niñez y Adolescencia, Artículo 2) Desde los 13 años hasta que cumple dieciocho años de edad.
Medio de difusión:	Formato digital: Para uso en redes sociales.

ACCIÓN 2	
Problema:	No cuentan, con calendarización para publicaciones en redes sociales por saturación de trabajo.
Producto:	Calendario de redes sociales.
Objetivo comunicacional:	Implementar un calendario para redes sociales, para que se puedan calendarizar estratégicamente en las redes sociales, con una guía de proceso en formato digital de cómo se debe hacer uso.
Público Objetivo:	Interno: Administrador de Redes Sociales
Medio de difusión:	Formato digital: Para uso del administrador de redes sociales.

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

“Fortalecimiento de diseño digital segmentado para adolescentes en redes sociales e implementación de calendarización de publicaciones en redes sociales para la Secretaría Contra la Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas”

3.1 PROYECTO DESARROLLADO

3.1.1 Financiamiento

La institución cuenta un presupuesto para el año 2019 de Q21 millón de quetzales, en base a la aprobación del presupuesto del Estado según aprobación del Congreso de la República de Guatemala.

Así mismo, la epesista fue la encargada de financiar el material para el diseño gráfico creados para la Dirección contra la Trata de Personas.

3.1.2 Presupuesto

Cantidad	Detalle	Costo Unitario	Costo Total	Financiamiento
1	Asesoría de comunicación (Diseño gráfico, fotografía, inducción sobre el uso y objetivos del calendario de redes sociales e infografía)	Q 6,000.00	Q 6,000.00	Epesista
1	Refacción para la ejecución	Q 50.00	Q 50.00	
	Total del proyecto		Q 6,050.00	

3.1.3 Beneficiarios

A través del material realizado será beneficiada la Dirección contra la Trata de Personas, quienes son los encargados de dar a conocer, capacitar y erradicar la Trata de Personas en Guatemala. Así mismo, el área de Comunicación Social de SVET con el

calendario de redes sociales para llevar un control y organización de las publicaciones que realizará.

3.1.4 Recursos Humanos

Personal	Puesto	Actividad
Licda. Danissa Ramirez	Dirección Trata de Personas	Autorización de la elaboración del EPS en la Dirección Contra la Trata de Personas
Licda. Ingris Rodríguez	Trabajo Social, Dirección Trata de Personas	Apoyo con todas las actividades y revisión del EPS. Entrega de Pines de la Campaña Corazón Azul.
Mildred de León	Epesista	Elaboración de calendario de redes sociales con su inducción de forma digital, elaboración de artes digitales para adolescentes contra la Trata de Personas.
Meliza Aguilar	Comunicadora Social	Calendario para redes sociales en formato Microsoft Excel e infografía con objetivos y los pasos a seguir para el uso del calendario.
Natalia Salan	Diseñadora Gráfica	Recibe material gráfico en versión editable.

3.1.5 Áreas Geográficas de Acción

El plan se desarrolla en la Secretaría Contra la Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas, ubicada en la zona 1 de la ciudad capital.

3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

Como se estableció en el Plan de Comunicación, las estrategias son de comunicación externa e interna basados en el apoyo a la Dirección contra la Trata de Personas y fortalecer el diseño digital para sus publicaciones en redes sociales y planificación de sus publicaciones a través de un calendario de redes sociales.

Estrategia 1:

Fortalecer el material gráfico que ya tiene la Dirección Contra la Trata de Personas creando artes digitales para adolescentes del área urbana. Crear diseños digitales con mensajes e información sobre la Trata de Personas, dirigidos a adolescentes del área urbana para que se utilicen en las redes sociales, a través del *Hashtag* #YoNoEstoyALaVenta. En los cuales se dan a conocer por medio de: infografía sobre la Trata de Personas, Cómo identificar a las posibles víctimas, Prevención de Trata en Redes Sociales, las 16 Modalidades de Trata de Personas y *Tips* para prevenir la Trata. Así mismo diseños con fotografías digitales que dan un mensaje sobre la Trata de Personas basados en el mismo *hashtag*.



1. 16 Modalidades de Trata de Personas, basados en el artículo 202 del Código Penal. Dar a conocer a las 16 modalidades de Trata de Personas por medio de dos adolescentes leyendo el código penal.



2. Información para identificar a posibles víctimas de trata de Personas. Las imágenes demuestran a adolescentes con características de víctima.



3. Infografía sobre la Trata de Personas.



4. Recomendaciones de prevención en redes sociales dirigido a adolescentes.



5. Tips dirigido a adolescentes para prevenir la Trata de Personas.



6. La Trata de personas es un delito. La fotografía muestra una adolescente víctima quién con su mano trata de detener la situación que vive. Ñ+



7. La trata de personas también conocida como la Esclavitud Moderna. Muestra a adolescente víctima de Trata quien cubre su rostro denotando tristeza.

NO MÁS VÍCTIMAS

Identifica a una posible víctima de Trata de Personas

- Miedo
- Ansiedad
- Tensión
- Sumisión
- Nerviosismo

- Evita el contacto con otras personas
- Falta de higiene
- Falta de atención de enfermedades y heridas

- Evidencias de abuso emocional y trato degradante
- Vestimenta inapropiada para su edad

8. No Más víctimas de Trata de personas. Características que ayudan a identificar a una posible víctima de trata de personas. Esta fotografía demuestra algunos de estas características de víctimas.

06 VERBOS RECTORES

CAPTACIÓN

RECEPCIÓN

TRANSPORTE

TRASLADO

RETENCIÓN

ACOGIDA

9. Los 6 verbos rectores de Trata de Personas.



10. La venta de personas es una realidad. Un problema social que muchos viven en día.

Fotografías: Mildred de León

Estrategia 2:

Implementar un calendario para redes sociales, para que se puedan calendarizar estratégicamente en las redes sociales, con una guía de proceso en formato digital de cómo se debe hacer uso. Crear un archivo en formato Excel para un calendario de Redes Sociales y de esta forma llevar una programación de las publicaciones a realizar con el fin de manejar un contenido estratégico y eficaz. El Calendario se divide por semanas, día y hora para poder crear la planificación del contenido, definiendo el objetivo, el formato de la publicación (imagen, gif, encuesta, video), contenido textual del Mensaje/*Copy* que será acorde a su público objetivo, y el monto del presupuesto que utilizará esa publicación.

¿Para qué nos sirve?

El calendario de redes sociales ayuda a planificar de forma estratégica, eficaz y ordenada las publicaciones de la institución indicando qué publicar, cuándo y en qué red social hacerlo.

OBJETIVOS



Saber qué tipo de contenido publicar



Saber en qué redes sociales hacerlo



Conocer cuándo hay que hacerlo



Tener claro qué copy y hashtags utilizar

PASOS A SEGUIR



Planificar el contenido de una red social, ayudará a la institución de forma estratégica, creativa y analítica a crear un mejor impacto en su grupo objetivo, así su vez llevar un control del estado del copy y presupuesto para pautar en la red social.

PASOS A SEGUIR

Semana, día, Hora 01	Red Social 02	Estado 03	Objetivo del post 04
<p>Planear el día en donde se publicará y el día por semana, en el calendario al día y la hora que será publicado en una copy (mensaje). Así se puede tener los días y horas que se le tendrá la mano para planificar el contenido.</p> <p>Ejemplo: 10 de Julio Día Mundial contra la trata de personas</p>	<p>Indicar en qué red social se realizará el mensaje. Facebook Twitter</p>	<p>Se ingresará indicar el estado de la publicación luego de realizar el día y como van los siguientes temas: -Publicado -Programado De esta forma se sabe el la publicación ya fue publicada o aún está en proceso.</p>	<p>Aquí se debe diseñar un breve objetivo del mensaje que se quiere dar a conocer en la red social. Por ejemplo al hacer el parte de el gran campo a nivel, el objetivo sería informar e educar a quienes se interesan en el cultivo para poder más fácilmente y más rápido. Conocer al público objetivo nos ayuda a tener más clara los objetivos de cada publicación.</p>
Formato 05	Copy Mensaje 06	Presupuesto 07	<div style="border: 2px solid #00A651; border-radius: 50%; padding: 20px; text-align: center;"> <p style="font-size: 24px; font-weight: bold; color: #00A651;">TIPS!</p>  <ul style="list-style-type: none"> -La frecuencia en las publicaciones es importante para crear un mejor impacto -Conocer al público objetivo -Revisar las estadísticas de las redes sociales y mide sus impactos -Ser analíticos y creativos </div>
<p>Indicar el formato que será para el mensaje de una forma sencilla y fácil de leer. Los tipos de formatos que podrá utilizar son: fotos, los datos estadísticos en un gráfico y videos. (Esto se indica cada publicación con un ícono correspondiente). Ejemplo: Para algunos resultados de las regulaciones. Cada vez que se publica el contenido se debe tener alguna información correspondiente. Ejemplo: Cifras importantes en estadísticas.</p>	<p>Los tipos de contenido pueden ser videos y otros como audio o imágenes de menor gran objetivo a largo plazo. Como ellos se pueden realizar: (Como tips, recomendaciones, información, eventos, entrevistas, historias, entre otros). Así se realizará inicialmente el COPY a través de una publicación, teniendo perfectamente controlado y realizado, así mismo se podrá los 10 hashtags que utilizará la publicación.</p>	<p>Debe indicarse sobre un presupuesto necesario a considerar. Lo mejor sería de planificar un calendario de forma estratégica con las publicaciones que serán pagadas en las redes sociales y la cantidad por publicación. De esta forma se podrá evaluar el presupuesto asignado a cada uno.</p>	

Infografía del uso del calendario redes sociales



Formato Excel, para llevar la programación estratégica de las publicaciones en redes sociales.

3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

EJECUCIÓN												
ACTIVIDAD	MAYO			JUNIO			JULIO					
1. Elaboración del texto para las publicaciones (Redacción y ortografía)												
2. Elaboración de vectores												
3. Toma de fotografías												
4. Diseño de publicaciones para redes sociales (Vectores, infografías, fotografía)												
5. Creación De formato Excel												
6. Redacción para infografía sobre el uso del calendario y diseño digital												
7. Entrega de material gráfico digital												

3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO

Control: se comparan los datos obtenidos con el programa maestro, y se toman las acciones para corregir las diferencias que se hayan producido.

Seguimiento: es el primer paso que se debe seguir para lograr un control efectivo del proyecto. Consiste en recolectar información de cómo se va desarrollando el proyecto en cuanto a duración de las actividades y costos. (Alfredo Seplell Bey, 2015, pág. 24)

Las licenciadas Danissa Rodríguez e Ingris Ramírez, quiénes forman parte de la Dirección Contra la Trata de Personas, revisaron y evaluaron cada una de las acciones realizadas durante el proyecto del Ejercicio Profesional Supervisado con la finalidad de conocer los resultados obtenidos con la Estrategia de Comunicación Externa e Interna, los cuales fueron favorables para fortalecer el diseño gráfico y hacer uso de cada uno de los artes digitales para las publicaciones en redes sociales.

En cuanto a la Estrategia Interna ejecutada, el calendario de redes sociales fue creado con la finalidad de una mejor organización estratégica para todas las publicaciones de SVET, y así crear contenidos de acuerdo a su grupo objetivo, el cual es favorable ya que no cuentan con una programación en el área de Comunicación Social quienes son los encargados de realizar las publicaciones en redes sociales.

CONCLUSIONES

La Secretaría contra la Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas (SVET) cuenta con página web y perfil institucional en las redes sociales *Facebook* y *Twitter*, en el cual se publica información de las tres direcciones, pero las publicaciones no están segmentadas acorde a un público objetivo específico, por lo que se fortalece el diseño digital segmentada para adolescentes para publicaciones en redes sociales.

El área de Comunicación Social, el Administrador de las Redes Sociales de la institución no contaba con un calendario para realizar sus programaciones de forma estratégica, determinando el objetivo, mensaje y tipo de formato de la publicación.

El uso del Calendario de Redes Sociales, será indispensable para la creación de contenidos estratégicos y creativos, por lo que se implementó un archivo para llevar las programaciones de las publicaciones así como una infografía del uso y objetivos del calendario de redes sociales.

RECOMENDACIONES

Elaborar publicaciones segmentadas según su público objetivo (niños, niñas, adolescentes, adultos), para que la información sea transmitida de forma eficaz y genere un impacto en cada grupo objetivo.

A través de una correcta planificación por medio de un Calendario de Redes Sociales, ayudará al área de Comunicación Social a que planifique cada publicación de acuerdo a las necesidades del público objetivo de la institución.

Dar continuidad a la estrategia de comunicación contenida en este informe, para obtener resultados por la institución.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Alcance: Porcentaje de la audiencia meta que será expuesta al mensaje al menos durante una publicación.

Clic: Acción de presionar un botón.

Copy: conjunto de textos que componen una pieza creativa.

Difusión: Estrategia de marketing cuyo objetivo es cubrir un mercado de gran dimensión mediante la utilización de medios masivos.

Engañar: Hacer creer a alguien por medio de palabras, acciones, etc., lo que no es verdad.

Era digital: período de la historia que va ligado a la tecnología.

Erradicar: Eliminar o suprimir alguna cosa de manera completa, en especial si es algo inmaterial, negativo o perjudicial para las personas.

Estrategia de marketing: Arte de dirigir operaciones y lograr los objetivos como selección de público objetivo a cual quiere llegar, posicionamiento entre otros.

Explotación: Es una forma de violencia por medio de la cual una o varias personas se valen de la situación de vulnerabilidad de alguien más, aprovechándose de su condición de trabajo o de su sexualidad.

Grooming: Acciones que realiza un adulto utilizando engaños y mentiras que buscan ganarse la confianza de niñas, niños y adolescentes, haciendo uso de tecnologías de información y comunicación.

Hashtag: se refiere a la serie de palabras o caracteres alfanuméricos precedidos por el símbolo de la almohadilla o numeral (#).

Internet: Es un conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas que utilizan de protocolos TCP/IP, garantizando que las redes físicas heterogéneas que la componen funcionen como una red lógica única, de alcance mundial.

Like (Me gusta): El botón más popular creado por Facebook. Es útil para indicar que un tipo de contenido es del gusto de quien lo ve.

Perfil: Datos personales y rasgos propios que caracterizan a un usuario dentro de una red social, como su nombre, fotografía, lugar de residencia o preferencias. El perfil representa su identidad virtual.

Publicación: Mensaje en una red social que puede consistir en un texto, opinión, comentario, enlace o archivo compartido (fotos, videos, música y documentos).

Público Objetivo: Noción que se emplea en el ámbito marketing y la publicidad para hacer referencia a un consumidor representativo al cual se dirige la campaña.

Redes sociales: son las estructuras sociales compuestas de grupos de personas, las cuales están conectados por uno o varios tipos de relaciones, tales como amistad, parentesco, intereses comunes o que comparten conocimientos, ideas de libre expresión.

Segmentación: divide un mercado de segmentos de compradores tienen diferentes necesidades.

Seguidores: Término para identificar a los suscriptores, fans, destinatarios.

Solicitud de amistad: Mensaje enviado a otro usuario como petición para pertenecer a su lista de conocidos y viceversa.

Trata de Personas: El delito de trata de personas, conocida también como “la esclavitud moderna” es un delito que violenta la dignidad, la integridad, la libertad y todos los derechos fundamentales del ser humano, que a la vez constituye una de las actividades más rentables a nivel nacional e internacional.

Usuario: Persona o entidad que utiliza y forma parte de una red social donde puede acceder a ella con su propio nombre completo o mediante un alias.

Víctima: Que sufre un daño o perjuicio a causa o determinada acción o suceso.

Violencia Sexual: “La Organización Mundial de la Salud, define la violencia sexual como “todo acto sexual, la tentativa de consumar un acto 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 otra persona, independientemente de la relación de ésta con la víctima, en cualquier ámbito, incluidos el hogar y lugar de trabajo”.

Vulnerable: Que puede ser dañado física o moralmente.

BIBLIOGRAFÍA

1. 9-2009, D. N. (s.f.). Ley Contra la Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas. Guatemala, Guatemala.
2. Adolescencia, L. d. (2019). *Ley de la Protección de la Niñez y Adolescencia*. Guatemala.
3. Alfredo Seplell Bey, L. F. (2015). *Planificación y Control de Proyectos*. Chile: Editorial Ediciones UC.
4. Montero, I. L. (2003). *Métodos en investigación en psicología y educación 3a. Ed.* Madrid: McGraw-Hill.
5. Sampieri, R. H. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: McGrawHill.
6. Secretaría contra la Violencia Sexual, E. y. (Febrero de 2019). Historia SVET. *Historia SVET*. Guatemala, Guatemala, Guatemala.

E-GRAFÍA

7. Azul, C. C. (2019). *Unodc*. Obtenido de Unodc:
<https://www.unodc.org/blueheart/es/index.html>
8. Secretaría contra la Violencia Sexual, E. y. (Febrero de 2019).
<http://www.svet.gob.gt>. Obtenido de Secretaría contra la Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas:
<http://www.svet.gob.gt/sites/default/files/OBJETIVOS%20INSTITUCIONALES.pdf>
9. Secretaría contra la Violencia Sexual, E. y. (12 de Febrero de 2019). Presentación SVET. *Ley contra la Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas, Decreto 9-2009*. Guatemala, Guatemala, Guatemala.
10. Secretaría contra la Violencia Sexual, E. y. (12 de Febrero de 2019). *Secretaría contra la Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas*. Obtenido de www.svet.gob.gt: <http://www.svet.gob.gt/perfil-institucional>

11. Secretaría contra la Violencia Sexual, E. y. (12 de Febrero de 2019).
www.svet.gob.gt. Obtenido de *www.svet.gob.gt*:
<http://www.svet.gob.gt/sites/default/files/articulo10/ORGANIGRAMA.pdf>
12. Secretaría Contra la Violencia Sexual, E. y. (12 de Febrero de 2019).
www.wikipedia.org. Obtenido de Wikipedia:
[https://es.wikipedia.org/wiki/Secretar%C3%ADa_Contra_la_Violencia_Sexual,_Explotaci%C3%B3n_y_Trata_de_Personas_\(SVET\)#Objetivos_de_la_SVET](https://es.wikipedia.org/wiki/Secretar%C3%ADa_Contra_la_Violencia_Sexual,_Explotaci%C3%B3n_y_Trata_de_Personas_(SVET)#Objetivos_de_la_SVET)
13. Sectoraría contra la Violencia Sexual, E. y. (12 de Febrero de 2019). *Sectoraría contra la Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas*. Obtenido de *www.svet.gob.gt*:
<http://www.svet.gob.gt/sites/default/files/DIRECCI%C3%93N%20Y%20TEL%C3%89FONOS%20DEPENDENCIAS%20SVET.pdf>

ANEXOS

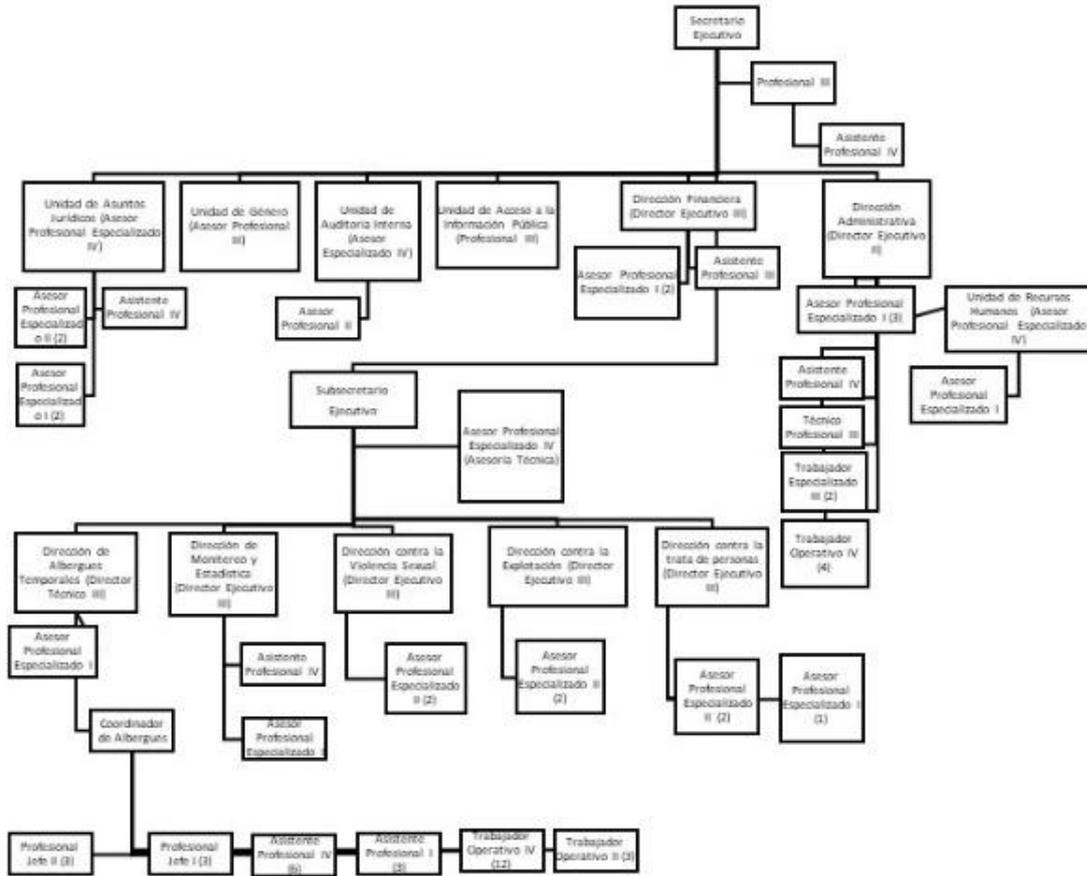


Imagen: Organigrama SVET



1. Visita a SVET de Epesista para inducción y revisión de material gráfico.



2. Entrega de Pin Campaña Corazón Azul a Epesistas quienes formarán parte el equipo de la Dirección contra la Trata de Personas.



3: Material gráfico que forman parte de las Oficinas de SVET sobre Trata de Personas.



1. Material gráfico y Ley Decreto 9-2009 proporcionados por SVET como material de apoyo y lectura.



2. Licda Danissa Ramírez, mostrando a epesista parte del material gráfico trabajado sobre la Trata de Personas.



6. Inducción de Juan Luis Pineda Diseñador Gráfico de SVET.



7. Asesoría de EPS con Lic. Josué Andrade



8. Visita a SVET para entrega de material gráfico elaborado por Epesista Mildred de León.



9. A la izquierda Meliza Aguilar –Comunicadora Social, en el medio Epesista Mildred de León y a la derecha Natalia Salan Diseñadora Gráfica, para realizar entrega de material elaborado por epesista.



10. A la izquierda Licda. Ingris Rodriguez, Trabajadora Social de la Dirección contra la Trata de Personas, en el medio Epesista Mildred de León, y a la derecha Licda. Danissa Ramírez Directora de la Dirección contra la Trata de Personas. Reciben, revisan y autorizan material elaborado.



11- Exposición de material elaborado por epesista.



12- Entrega de material gráfico y calendario a la Dirección contra la Trata de Personas y Área de Comunicación Social.

Formato de cuestionario entregado a Comunicación Social y Diseño gráfico para su respuesta.

CUESTIONARIO

A continuación se presentan cuatro preguntas abiertas para conocer su punto de vista sobre el refuerzo que debería de tener las publicaciones de la Dirección Trata de Personas en las Redes Sociales

Nombre: _____

Cargo: _____

1. ¿Considera que las redes sociales son funcionales para instituciones públicas? ¿Por qué?
2. ¿Las publicaciones sobre Trata de Personas han tenido respuestas positivas por parte de sus seguidores?
3. ¿Los mensajes dirigidos deberían ser segmentados y por qué?

Pregunta única para el administrador de Redes Sociales|

4. ¿Considera que el impacto de las publicaciones de la Dirección de Trata de Personas ha sido efectivo en cuanto a la interacción (Likes y Compartidos)?

Respuestas al cuestionario

QUESTIONARIO

A continuación se presentan cuatro preguntas abiertas para conocer su punto de vista sobre el refuerzo que debería de tener las publicaciones de la Dirección Trata de Personas en las Redes Sociales

Nombre: Juan Luis Pineda

Cargo: Diseñador Gráfico

1. ¿Considera que las redes sociales son funcionales para instituciones públicas? ¿Por qué?

Si, porque son un canal de comunicación de doble vía y permite al pueblo tener contacto directo con las instituciones del estado que muchas veces son hermeticas.

2. ¿Las publicaciones sobre Trata de Personas han tenido respuestas positivas por parte de sus seguidores?

En algunos casos, la mayoría de veces las redes sociales se convierten en un medio de desahogo para la población.

3. ¿Los mensajes dirigidos deberían ser segmentados y por qué?

Si, para optimizar recursos y llegar al público indicado.

QUESTIONARIO

A continuación se presentan cuatro preguntas abiertas para conocer su punto de vista sobre el refuerzo que debería de tener las publicaciones de la Dirección Trata de Personas en las Redes Sociales

Nombre: Melissa Aguilar

Cargo: Comunicadora Social

1. ¿Considera que las redes sociales son funcionales para instituciones públicas? ¿Por qué?

Las redes sociales se han convertido en una poderosa herramienta comunicacional para la administración pública, al punto que han transformado la forma en que las distintas entidades gubernamentales se relacionan con los ciudadanos, por lo que se hace esencial el tener cuentas en redes sociales para poder transmitir mensaje de información y prevención.

2. ¿Las publicaciones sobre Trata de Personas han tenido respuestas positivas por parte de sus seguidores?

Se ha logrado informar y prevenir sobre el delito de trata de personas a nivel nacional e internacional, los seguidores se interesan por el tema pidiendo por medio de redes sociales, talleres informativos en distintas áreas del país.

3. ¿Los mensajes dirigidos deberían ser segmentados y por qué?

Debido a que el delito de trata de personas no respeta estatus social, edad ni género se tienen que realizar artes graficas para padres de familia y para personas menores de edad.

Pregunta única para el administrador de Redes Sociales

4. ¿Considera que el impacto de las publicaciones de la Dirección de Trata de Personas ha sido efectivo en cuanto a la interacción (Likes y Compartidos)?

Desde las redes sociales de la Secretaría, hemos tenido respuesta positiva en cuanto a los me gusta y las veces que se comparte el material sobre trata de personas, haciendo publicaciones con mensajes breves y muy directos para poder captar la atención de los usuarios.

Seguimiento del proyecto

Buen día Mildred

Es un gusto saludarla nuevamente, con mucho gusto le apoyamos con la solicitud requerida.

Por este medio La Secretaría contra la Violencia sexual, Explotación y Trata de personas nos permitimos agradecer, su valioso aporte a través del proyecto de calendarización de actividades para publicar artes gráficas en redes sociales de la institución, ya que es una herramienta muy útil para la unidad de comunicación social al reconocer que se tenía un descontrol al momento de organizar las publicaciones por cada dirección sustantiva. Reiteramos el agradecimiento por su aporte y deseamos el mejor de los éxitos.

Saludos cordiales

Comunicación Social
☎ 2504-8888 Ext:104
5202-2923 / 4823-0571

 Svet Guatemala  @secretariasvet  @secretariasvet





Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): MILDRED MARLENI DE LEÓN HERNÁNDEZ
No. Carné y DPI: 200715550/1581802670101
Jefe o Encargado (a): Licda. Danissa Ramírez
Secretaría contra la Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas
Institución o Empresa: (SVET)
Supervisor de EPSL: Lic. Josué Andrade

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 13 / Al: 17	Mayo	4	4	4	4	4		20 hrs.
2	Del: 20 / Al: 24	Mayo	4	4	4	4	4		20 hrs.
3	Del: 27 / Al: 31	Mayo	4	4	4	4	4		20 hrs.
4	Del: 03 / Al: 08	Junio	4	4	4	4	4	3	23 hrs.
5	Del: 10 / Al: 15	Junio	4	4	6	4	4	3	25 hrs.
6	Del: 17 / Al: 22	Junio	4	4	4	4	4	3	23 hrs.
7	Del: 24 / Al: 29	Junio	4	4	4	4	4	3	23 hrs.
8	Del: 01 / Al: 06	Julio	6	4	3	6	4	3	26 hrs.
9	Del: 08 / Al: 13	Julio	4	4	4	4	4	3	23 hrs.
10	Del: 15 / Al: 20	Julio	4	5	4	4	4	3	24 hrs.
11	Del: 22 / Al: 27	Julio	4	4	4	4	4		20 hrs.
12	Del: 29 / Al: 31	Julio	5	7	7				19 hrs.
13	Del: 01 / Al: 03	Agosto				5	5	3	13 hrs.
14	Del: 05 / Al: 07	Agosto	7	7	7				21 hrs.
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									300 hrs.

Licda. Danissa Ramirez
(f) Directora contra la Trata de Personas
Secretaría contra la Violencia Sexual
Licda. Danissa Ramirez firma y sello(a) o Encargado

Lic. Josue Andrade – Supervisor
(f)