

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS DE POSTGRADO  
MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL  
PRIMERA COHORTE



**“ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN ELABORADA PARA LA  
ASOCIACIÓN NACIONAL CONTRA EL MALTRATO INFANTIL  
CONACMI”.**

ELBA ONEIDA RODAS HERNÁNDEZ  
GUATEMALA, NOVIEMBRE DE 2010

## Abstract

La Asociación Nacional Contra el Maltrato Infantil **CONACMI** es una organización no gubernamental guatemalteca, y tiene casi veinte años de trabajar para prevenir el maltrato y el abuso sexual de niños y niñas en Guatemala, pero hasta la fecha no había contado con una estrategia de comunicación organizacional que le permitiera, en primera instancia, que sus colaboradores se empoderaran de la misión y visión institucional, y además, que sus públicos externos conocieran su potencial y su experiencia así como el abordaje del maltrato y el abuso sexual en Guatemala.

El presente trabajo contiene una Estrategia de Comunicación para **CONACMI**, y se basa fundamentalmente en fortalecer entre los colaboradores la misión y visión institucionales, y establecer alianzas estratégicas con potenciales organizaciones financieras para ampliar el espectro de acción de la entidad.

Además tiene el propósito de incidir en los medios de comunicación para posicionar a la **CONACMI** como la entidad referente en Guatemala en temas de maltrato y abuso sexual infantil.

Cuenta también con una subestrategia de comunicación diseñada en función del IV Congreso Nacional Contra el Maltrato y el Abusos Sexual Infantil: *Los Niños y las Niñas Primero*, y tiene por objeto hacer de esta actividad una ventana comunicacional para **CONACMI** y lograr los niveles de asistencia proyectados, así como la cobertura mediática del evento.

Tanto la estrategia como la subestrategia fueron diseñadas con base en el diagnóstico comunicacional llevado a cabo entre mayo y septiembre de 2010.

## ÍNDICE:

Contenido Página

### ÍNDICE

#### INTRODUCCIÓN

#### Capítulo I MARCO TEÓRICO 1

1.1. Situación Actual de la Comunicación organizacional en Guatemala 1

1.2 Comunicación 4

1.3 Organización 5

1.4 Concepto e Importancia de la Comunicación Organizacional 6

1.5 El Problema 8

1.6 El Enfoque Teórico 8

1.6.1 Componentes del Sistema Comunicativo 9

#### Capítulo II DESCRIPCIÓN DE LA INSTITUCIÓN 10

2.1 Datos Generales de CONACMI 10

2.2 Visión Institucional 11

2.3 Misión Institucional 11

2.4 Programas de Trabajo 11

2.5 Áreas de Trabajo 12

2.6 Colaboradores de la Organización 12

2.7 Relación entre la Teoría y el Objeto de Estudio 12

2.8 Adopción de una Postura por parte de la Investigadora 14

2.9 Organigrama Institucional 16

Capítulo III DIAGNÓSTICO COMUNICACIONAL	17
3.1 Resumen del Diagnóstico	17
3.2 Metodología Empleada en el Diagnóstico	17
3.3 Tipo de Investigación	18
3.4 Población y Muestra	18
3.5 Objetivo General del Diagnóstico	18
3.6 Objetivos Específicos del Diagnóstico	19
3.7 Principales Hallazgos	19
Capítulo IV ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	21
4.1 Propósito de la Estrategia	21
4.2 Objetivo General de la Estrategia	21
4.3 Objetivos Específicos de la Estrategia	21
4.4 Relaciones Inter e Intrainstitucionales	22
4.5 Los Mensajes Clave y las Audiencias	22
4.5.1 Audiencia Primaria	23
4.5.2 Audiencia Secundaria	24
4.5.3 Audiencia Terciaria	25
4.6 Desarrollo de la Estrategia	25
4.7 Propósito de la Sub Estrategia	32
4.8 Objetivo General de la Sub Estrategia	32
4.9 Objetivos Específicos de la Sub estrategia	32

4.10 Los Mensajes Clave y las Audiencias	32
4.10.1 Audiencia Primaria de la Sub Estrategia	33
4.10.2 Audiencia secundaria de la Sub Estrategia	34
4.10.3 Audiencia Terciaria de la Sub Estrategia	35
4.11 Desarrollo de la Sub Estrategia	35
V BIBLIOGRAFÍA	42
VI APÉNDICE	44

## Introducción

**CONACMI** es la Asociación Nacional Contra el Maltrato y el Abuso Sexual Infantil, y en Guatemala ha abordado esta temática desde hace 20 años, a través de la investigación, la coordinación interinstitucional con organizaciones afines, el trabajo comunitario, y el tratamiento psicológico y social de niñas y niños que han sido maltratados o abusados sexualmente. Lo anterior requiere el trabajo de su junta directiva, de sus colaboradores y el apoyo técnico y económico de organizaciones con objetivos comunes y capacidad financiera, que se asocien a **CONACMI** para ampliar su labor en Guatemala.

La presente Estrategia de Comunicación se ha desarrollado con los siguientes fines: fortalecer entre los colaboradores de la entidad los valores y la misión institucional; establecer alianzas estratégicas con organizaciones financieras que apoyen sus proyectos, e incidir en los medios de comunicación para posicionar a **CONACMI** como la entidad referente en temas de maltrato y abuso sexual infantil en Guatemala.

Para lograr los fines citados se ha desarrollado un proyecto con una duración de un año que se evaluará para constatar el cumplimiento de metas anuales, y podrá aplicarse como una estrategia de comunicación permanente dentro de la entidad; no obstante es importante considerar que **CONACMI** realiza anualmente el congreso nacional contra el maltrato y el abuso sexual infantil, y para ello se ha desarrollado una sub estrategia que irá ejecutándose paralelamente a la estrategia de comunicación planteada en este documento.

La razón del presente estudio radica en la necesidad que la organización tiene de comunicarse interna y externamente, ya que en veinte años de labor se ha dedicado a trabajar todo lo relacionado al abuso y al maltrato infantil, pero no ha enfocado esfuerzos en posicionar entre sus colaboradores la imagen institucional, ni a posicionarla hacia públicos externos. Es importante mencionar que **CONACMI** funciona operativamente a partir de financiamientos que le son otorgados por organismos internacionales de cooperación, y aunque actualmente cuenta con el respaldo de entidades como Plan Internacional y UNICEF, es de suma importancia que se den a conocer con otros organismos con capacidad financiera y objetivos comunes, para poder ampliar el potencial de sus proyectos y su nivel de cobertura.

Tanto la estrategia, como la sub estrategia propuestas en este documento, surgen a raíz de los resultados del diagnóstico comunicacional llevado a cabo en **CONACMI** de mayo a agosto de 2010.

## Capítulo I

### MARCO TEÓRICO

#### 1.1 Situación actual de la comunicación organizacional en Guatemala:

En Guatemala debido a que cada entidad tiene la libertad de establecer sus propias reglas, siempre y cuando se apege fiscal y laborablemente a las leyes del país, hablar de la situación de la comunicación organizacional en Guatemala resulta tan complejo como la cantidad de empresas, entidades, organizaciones, asociaciones, fundaciones, embajadas o instituciones que funcionan en el país.

Es importante aseverar que cada vez surgen más evidencias de la necesidad que tienen las organizaciones de establecer criterios de comunicación organizacional para lograr sus metas técnicas y financieras, a través de mantener relaciones armoniosas dentro y fuera de la organización, por medio de una comunicación efectiva.

La Universidad de San Carlos de Guatemala, USAC se ha enfocado en la formación académica de especialistas en Comunicación Organizacional, a través de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, ECC abriendo en 2008 la Maestría de Comunicación Organizacional.

El perfil de ingreso para los estudiantes que desean cursar esta especialización es el siguiente:

- a) Poseer interés en la capacitación y actualización en los nuevos escenarios de la comunicación.
- b) Capacidad para ejercer liderazgo en los procesos comunicativos exitosos.
- c) Poseer un desarrollo psicobiosocial que permita la interacción en los espacios socio-laborales y humanos.
- d) Disposición y aptitud para el trabajo a distancia, tanto a nivel individual (auto-formativo) como grupal (en equipo).
- e) Poseer dominio para el manejo de la información y la comunicación electrónica.
- f) Tener acceso a Internet.
- g) Disponer de tiempo para realizar sus estudios.
- h) Poseer aptitud para el manejo de la imagen personal e institucional.
- i) Disposición para trabajar bajo presión.

El propósito de esta maestría es contribuir a mejorar procesos comunicacionales que incentiven y promuevan el desarrollo integral de la sociedad guatemalteca.

Objetivos generales de la Maestría de Comunicación Organizacional en la EEC de la USAC:

- a) Formar recurso humano altamente calificado y competitivo como respuesta institucional, para que responda a las necesidades de preparación académica del país.
- b) Formar profesionales a nivel de maestría, con las capacidades para incidir en las instituciones u organizaciones para mejorar y promover procesos comunicacionales eficaces para los cambios cualitativos y cuantitativos en los procesos productivos o de servicios que el país necesita.
- c) Fortalecer la necesidad de actualizar a los profesionales en el campo de la comunicación en las organizaciones.

Objetivos específicos de la Maestría de Comunicación Organizacional en la EEC de la USAC:

- a) Formar profesionales para realizar diagnósticos de problemas de comunicación organizacional, que permita el análisis de los espacios de comunicación organizacional para proponer con profundidad diferentes formas de comunicación en las organizaciones.
- b) Desarrollar capacidad para comprender a la comunicación como una aliada estratégica al interior de las organizaciones o instituciones para consolidar la cultura, el desarrollo del talento humano, optimizar el flujo de la información para mejorar los procesos productivos.
- c) Analizar los factores que inciden en el entorno ocupacional-productivo desde la perspectiva psicológica y sociológica que proporcione un clima psico-social para el trabajo en armonía, que dé respuesta comunicacional para lograr la comunicación eficaz y la competencia empresarial u organizacional.
- d) Aplicar y desarrollar las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en la dinámica y gestión organizacional.
- e) Visualizar los escenarios futuros de las organizaciones y el rol que debe jugar la comunicación en cada una de ellas para hacer eficientes los procesos productivos.



Para la ECC de la USAC, el egresado del programa de Maestría en Comunicación Organizacional, debe estar en la capacidad de:

- a) Establecer procesos comunicativos exitosos para la empresa u organización donde ejecute su trabajo profesional, mediante bases teórico-metodológicas sustentadas en los enfoques epistemológicos de la carrera y de la institución.
- b) Desarrollar procesos organizacionales donde se evidencia la eficacia y eficiencia de los resultados.
- c) Efectuar diagnósticos institucionales u organizacionales para impulsar propuestas en la solución de los problemas al interior de las organizaciones o a nivel nacional.
- d) Organizar, dirigir y evaluar proyectos de comunicación en instituciones diversas, tanto del sector público como privado.
- e) Efectuar propuestas de comunicación innovadoras para el desarrollo de las organizaciones e instituciones diversas.
- f) Sistematizar experiencias en el manejo de crisis institucionales para la propuesta de cambios cualitativos y cuantitativos.
- g) Asumir compromisos sociales para que mediante una actitud ética, con sus propuestas, beneficie a la sociedad.
- h) Ser un ente mediador y propositivo para que las relaciones interpersonales y sociales sean productivas.

En el año 2010 se graduará la primera cohorte de la mencionada maestría, y se espera con ello aportar a la sociedad la primera generación de especialistas en comunicación organizacional egresados de la USAC.

Es importante considerar que la comunicación organizacional en Guatemala es un campo de la investigación que no tiene más de 40 años de haber sido abordado por parte de los académicos del país. El doctor Carlos Interiano, guatemalteco que lleva más de 35 años desempeñándose en esta materia, desde el punto de vista educativo, evidencia que el campo de la comunicación organizacional tiene un alto potencial para ser desarrollado en el país, y que es una necesidad al interno de las organizaciones para mejorar las relaciones interpersonales y laborales de los colaboradores; del mismo modo, resulta importante para dar a conocer o afianzar la imagen de las organizaciones al externo de las mismas.

## 1.2 Comunicación:

La palabra comunicación proviene del latín *communis* que significa común. Tanto el latín como los idiomas romances han conservado el especial significado de un término griego (el de *Koinoonia*) que significa a la vez comunicación y comunidad. También en castellano el radical común es compartido por los términos comunicación y comunidad. Ello indica a nivel etimológico la estrecha relación entre "comunicarse" y "estar en comunidad". En pocas palabras, se "está en comunidad" porque "se pone algo en común" a través de la "comunicación".

Eduardo Ruso<sup>1</sup> cita a John Fiske quien define a la comunicación como una "interacción social por medio de mensajes"; y también a Antonio Pasquali quien afirma que "la comunicación aparece en el instante mismo en que la estructura social comienza a configurarse, justo como su esencial ingrediente estructural, y que donde no hay comunicación no puede formarse ninguna estructura social". Este mismo autor señala que el término comunicación debe reservarse a la interrelación humana, al intercambio de mensajes entre hombres, sean cuales fueren los aparatos intermediarios utilizados para facilitar la interrelación a distancia.

Luego de un gran esfuerzo de abstracción definatoria concluye considerando a la comunicación como: "la relación comunitaria humana consistente en la emisión-recepción de mensajes entre interlocutores en estado de total reciprocidad, siendo por ello un factor esencial de convivencia y un elemento determinante de las formas que asume la sociabilidad del hombre".

Para que haya comunicación es necesario un sistema compartido de símbolos referentes, lo cual implica un intercambio de símbolos comunes entre las personas que intervienen en el proceso comunicativo. Quienes se comunican deben tener un grado mínimo de experiencia común y de significados compartidos.

En la misma obra, Ruso<sup>2</sup> estudia a Aristóteles, quien dejó muy claramente asentado que la meta principal de la comunicación es la persuasión, es decir, el intento que hace el orador de llevar a los demás a tener su mismo punto de vista; y citó a demás a Berlo, quien afirma que nos comunicamos para influir y para afectar intencionalmente a otras personas. De igual modo afirma que "nuestro fin básico (al comunicarnos) es alterar la relación original existente entre nuestro organismo y el medio que nos rodea".

---

<sup>1</sup> Eduardo Ruso. "La Comunicación Organizacional en Centros de Educación Superior"; Pág.22

<sup>2</sup> Op.Cit., Pág 23

Analizando las diversas concepciones sobre el término *comunicación*, la investigadora es del criterio que la propuesta de John Fiske difiere con la propuesta de Berlo; ya que mientras el primero concibe a la comunicación como una mera interacción social por medio de mensajes, el segundo afirma que la utilizamos más bien para influir y para afectar intencionalmente a otras personas. Con fines del desarrollo de esta estrategia comunicacional, la investigadora se inclina por lo afirmado por Berlo, y utilizará la comunicación como una herramienta para influir en comportamientos de terceros.

### **1.3 Organización:**

En el diccionario de la Real Academia Española<sup>3</sup>, se define a una organización como la “asociación de personas regulada por un conjunto de normas en función de determinados fines”.

Una de las agrupaciones sociales más importantes son las organizaciones, las cuales no se forman accidental ni espontáneamente, son creadas porque uno o más individuos perciben que la acción coordinada de un número de personas puede lograr algo que la acción individual no lo permite. Antonio José Espinoza<sup>4</sup>, cita al Schein cuando afirma que las organizaciones constituyen “la coordinación planificada de las actividades de un grupo de personas para procurar el logro de un objetivo o propósito común, a través de la división del trabajo y funciones, y a través de una jerarquía de autoridad y responsabilidad”.

En su tesis el venezolano Hectony Contreras<sup>5</sup> cita a Fernández, quien afirma que “la organización está compuesta de dos o más personas que saben que ciertos objetivos sólo se alcanzan mediante actividades de cooperación. El término organización implica una estructura intencional y formalizada de papeles; es decir, las personas que trabajan juntas deben desempeñar ciertos papeles diseñados racionalmente para asegurar que se realicen las actividades requeridas y que estas se adecuen entre sí, de modo que se pueda trabajar grupalmente en forma ininterrumpida y eficiente”.

Al analizar los diversos conceptos vertidos sobre el término *organización*, la investigadora afirma que las organizaciones son sistemas sociales diseñados para lograr metas y objetivos a través de recursos humanos y de otro tipo de recursos.

---

<sup>3</sup> [http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO\\_BUS=3&LEMA=organización](http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=organización), consultado el 20 de julio de 2010

<sup>4</sup> Antonio José Espinoza Isasi: Artículo “*Propuesta Proyecto de Estrategia del Conocimiento en Docentes Investigadores*”, Pág.12

<sup>5</sup> Hectony Contreras, Tesis “*Modelo de gestión de comunicación para el cambio organizacional y gestión comunicacional: caso banco de Venezuela/grupo Santander*”, Pág 76

#### **1.4 Concepto e importancia de la comunicación organizacional:**

La comunicación cuando se aplica en las organizaciones es denominada *comunicación organizacional*. Esta comunicación se da naturalmente en toda organización, cualquiera que sea su tipo o su tamaño y en consecuencia no es posible imaginar una organización sin comunicación. Hectony Contreras<sup>6</sup> hace un profundo análisis en tu su tesis, cuando se enfoca en concepto e importancia de la comunicación organizacional; aquí cita nuevamente a Fernández quien afirma que “la comunicación organizacional es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio”.

Además cita a Gary Kreps, quien habla de la comunicación organizacional como "el proceso por medio del cual los miembros recolectan información pertinente acerca de su organización y los cambios que ocurren dentro de ella". También cita al autor Carlos Ramón Padilla quien se inclina por afirmar que la comunicación organizacional es "la esencia, el corazón mismo, el alma y la fuerza dominante dentro de una organización".

La comunicación organizacional se entiende también como un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, o entre la organización y su medio; o bien, a influir en las opiniones, actitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que esta última cumpla mejor y más rápidamente con sus objetivos. Estas técnicas y actividades deben partir idealmente de la investigación, ya que a través de ella se conocerán los problemas, necesidades y áreas de oportunidad en materia de comunicación.

La importancia de la comunicación organizacional radica en que ésta se encuentra presente en toda actividad empresarial y por ser además el proceso que involucra permanentemente a todos los colaboradores.

Para quienes dirigen una organización es fundamental una comunicación eficaz porque las funciones de planificación, organización y control; sólo cobran cuerpo mediante la comunicación organizacional. Hablar de comunicación organizacional es mencionar la primera condición para que exista una institución. Rosalinda Gámez<sup>7</sup> en su obra al autor Maass, quien afirma que “de la comunicación y de su adecuado manejo depende, en gran

---

<sup>6</sup> Hectony Contreras, Tesis “*Modelo de gestión de comunicación para el cambio organizacional y gestión comunicacional: caso banco de Venezuela/grupo Santander*”, Pág. 78

<sup>7</sup> Rosalinda Gámez Gastelum, “*Comunicación y Cultura Organizacional en Empresas Chinas y Japonesas*” Pág. 21

medida, el éxito de una organización, ya que es factor indispensable para posibilitar su desarrollo y mejora continua”.

La comunicación organizacional es esencial para la integración de las funciones administrativas. Por ejemplo, los objetivos establecidos en la planeación se comunican para que se pueda desarrollar la estructura organizacional apropiada. La comunicación organizacional es también esencial en la selección, evaluación y capacitación de los gerentes para que desempeñen sus funciones en esta estructura. De igual modo, el liderazgo eficaz y la creación de un ambiente conducente a la motivación dependen de esta comunicación. Más aún, mediante la comunicación organizacional se puede determinar si los acontecimientos y el desempeño se ajustan a los planes.

La comunicación organizacional según Fernández puede dividirse en:

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

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

En síntesis, la comunicación organizacional es clave para el éxito en las relaciones interpersonales de los colaboradores que integran la organización; además, es elemental para hacer alianzas estratégicas con otras organizaciones, con los medios de comunicación y con otras instancias gubernamentales y no gubernamentales que podrían fortalecer el impacto de los proyectos establecidos por la organización.

Para lograr el éxito en la comunicación organizacional tanto interna como externa será importante que tanto los directivos como cada uno de los colaboradores conozcan y vivan cotidianamente la filosofía institucional; su misión, su visión y los objetivos y metas institucionales.

Sólo un equipo empoderado de la filosofía institucional logrará encaminar productivas relaciones al interno de la entidad, y transmitir a las instancias externas sobre los logros y

necesidades de la organización y estará consciente de la importancia de crear alianzas estratégicas.

### **1.5 El problema:**

La Asociación Nacional Contra el Maltrato Infantil **CONACMI** no cuenta con una estrategia de comunicación que le permita proyectar su misión institucional.

A lo interno de la organización, las y los colaboradores no reconocen la misión como un factor de importancia, y no identifican institucionalmente los materiales que producen.

Tampoco han contado con herramientas comunicacionales que les permitan visibilizar sus logros ni comunicar su misión e imagen a potenciales organizaciones financieramente disponibles para apoyarles.

No han sistematizado sus vínculos con los medios de comunicación nacional.

### **1.6 El enfoque teórico:**

José Piñuel<sup>8</sup> citó en su obra a Manuel Martín Serrano desarrolló el modelo teórico denominado *la comunicación como sistema* en 1,981 y fue desarrollado epistemológicamente por José L. Piñuel en 1,989 y por José A. Gaitán en 1995. Este modelo comprende las relaciones entre las dimensiones sociales, comunicativas y psicobiológicas presentes en las organizaciones y en la sociedad, catalogándolas en sistemas:

**A. Sistema social:** su estructura se regula por derechos y obligaciones que afectan a individuos e instituciones respecto a la producción, distribución y consumo de bienes y servicios; objeto de la interacción social.

**B. Sistema de conocimientos y representaciones culturales:** que polariza las relaciones entre sujetos y entorno, cuyo contenido articulado hace posible que a las cosas, los acontecimientos, a las personas, cualquier sujeto le atribuya valores, símbolos, expectativas, capaces de proporcionarles gratificaciones o sufrimientos; objeto de la interacción ecológica o adaptativa.

**C. Sistema comunicativo:** en cuyo entramado se articulan pautas y patrones de expresión a los diversos códigos (icónicos, gráficos y audiovisuales) que facilitan la producción e interpretación de signos y mensajes; objeto de la interacción comunicativa. Este sistema será ampliado a continuación, ya que dará la base para el presente trabajo de investigación.

---

<sup>8</sup> José L. Piñuel. “*Raigada, Autopoiesis y Comunicación*”, Pág.66

### **1.6.1 Componentes del sistema comunicativo:**

A nivel del propio sistema, aquellos componentes que por su naturaleza están implicados en el sistema comunicativo, aunque formen parte de sistemas diferentes: actores de la comunicación, expresiones comunicativas, instrumentos de la comunicación.

**A. Actores:** personas físicas que en nombre propio o como portavoces o representantes de otras personas, grupos, instituciones u organismos, entran en comunicación con otros actores; o personas físicas por cuya mediación técnica unos actores pueden comunicarse con otros, siempre que su intervención técnica en el proceso excluya, incluya o modifique los datos de referencia proporcionados por los otros actores. La condición de actor se adquiere al estar directamente implicado en la producción, consumo o distribución de información.

**B. Expresiones:** la materia expresiva incluye sustancias orgánicas e inorgánicas. Hay sustancias expresivas procedentes de elementos existentes en la naturaleza, a los que el hombre les asigna funciones expresivas; las que son objetos, producto del trabajo del hombre sobre las cosas naturales; y las corporales.

**C. Instrumentos:** todos los aparatos biológicos o instrumentos tecnológicos que puedan acoplarse con otros para obtener la producción, el intercambio y la recepción de señales.

## Capítulo II

### DESCRIPCIÓN DE LA INSTITUCIÓN

#### 2.1 Datos generales de CONACMI:

*CONACMI* es la Asociación Nacional Contra el Maltrato Infantil. Es una organización no gubernamental fundada en 1,990 en respuesta a los casos de maltrato y abuso sexual reportados en las diversas organizaciones que por aquella época trabajaban con niñez y adolescencia. Con el transcurso del tiempo se ha convertido en un referente nacional entre la organizaciones que trabajan temática relacionadas con el abuso y el maltrato contra niños, niñas y adolescentes. Cuenta con personería jurídica y está reconocida con la figura de asociación.

La organización ha trabajado en la promoción e incidencia política, para la formulación de políticas públicas a favor de los derechos de la niñez y la adolescencia en Guatemala, y ha promovido modelos y patrones de crianza no mal tratantes a través de estrategias y proyectos que se han enfocado en sensibilizar a la sociedad guatemalteca, visibilizando la problemática del maltrato y abuso sexual a niños, niñas y adolescentes.

*CONACMI* ha facilitado capacitación y asesoría técnica a diversos sectores de la población sobre la prevención, detección, atención, denuncia, y seguimiento de casos de maltrato y abuso sexual a niños, niñas y adolescentes, y se ha caracterizado por monitorear y verificar el cumplimiento de los compromisos asumidos por el Estado de Guatemala, con relación a la atención de niños, niñas y adolescentes maltratados y abusados sexualmente; también ha realizado investigaciones de campo en varias regiones del país que han puesto en evidencia que los casos de maltrato y abuso sexual contra niños, niñas y adolescentes, los cuales no son aislados ni casuales, sino que están arraigados a la cultura y dejan secuelas permanentes en los niños maltratados o abusados quienes al hacerse adultos podrían repetir los patrones bajo los que fueron tratados en su infancia.

Uno de los delitos más recurrentemente evidenciados por la *CONACMI* es el abuso sexual por incesto, que en las comunidades guatemaltecas, además de volverse un secreto a voces, se ha vuelto una práctica común; y la organización hace múltiples esfuerzos por evidenciar que el incesto no debe ser una práctica normal, y que además debe denunciarse y dársele seguimiento en los tribunales, apoyados en la Ley de Protección Integral de Niñez y Adolescencia.



## **2.2 Visión institucional:**

A través de sus acciones, se reconozca a la niñez y adolescencia como sujetos y actores sociales de su propio desarrollo, disminuyendo el maltrato y otras formas de abuso en diferentes escenarios.

## **2.3 Misión institucional:**

Ser una organización que apoya diferentes sectores de la población guatemalteca, haciendo énfasis en el fortalecimiento de las familias a nivel nacional a través de procesos de prevención, atención e investigación en beneficio de niños, niñas y adolescentes que sufren maltrato y otras formas de abusos en los ámbitos familiares, institucionales y sociales, apoyando la implementación de políticas estatales e institucionales que beneficien su desarrollo integral.

## **2.4 Programas de trabajo:**

Este trabajo se realiza a través de cuatro programas, que responden a su planificación estratégica:

- a) Programa de prevención
- b) Programa de atención
- c) Programa de investigación
- d) Programa de incidencia política

La *CONACMI* a través de casi 20 años de trabajo ha desarrollado una serie de acciones encaminadas principalmente a la prevención, la atención y la investigación del maltrato, abuso sexual y otras formas de abusos en contra de la niñez y adolescencia. Todas estas acciones utilizando el marco lógico de la planificación estratégica, así como monitoreo, evaluación y sistematización.

La mayoría de las experiencias metodológicas se han realizado con líneas basales y de impacto, con el objeto de poder medir los cambios de actitudes en las poblaciones metas en relación a un mejor trato a la niñez y cómo reducir el abuso sexual en todas sus expresiones.

Cada seis meses se realiza una exhaustiva revisión, análisis de contexto de la niñez y juventud, especialmente en el tema de maltrato y abuso sexual a través de los sistemas de información instalados en la red de hospitales y clínicas periféricas del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social - IGSS y del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social - MSPAS, en organizaciones de justicia y derechos humanos.

Esto permite realimentar las estrategias y programas de atención, prevención, investigación y de incidencia política, para fortalecerlos modificarlos o cambiarlos, todo esto a través de la red de instituciones de salud, justicia, educación y social comunitarios.

Contar con estos sistemas de información es clave, porque hace a *CONACMI* una organización con capacidad de sistematizar los datos recabados, hacer sugerencias para mejorar el abordaje de la problemática, y capaz de informar a la población sobre la realidad en cuanto a cantidad y tipo de casos de abuso sexual o maltrato que se reportan en el sistema nacional de salud.

## **2.5 Áreas de trabajo:**

- a) Prevención y atención a través de la coordinación interinstitucional.
- b) Atención directa a niños, niñas maltratados y/o abusados sexualmente, a través del centro de atención psicosocial, en la ciudad capital de Guatemala y de la unidad de atención psicosocial en Jalapa.
- c) Investigación directa e indirecta de la problemática de maltrato y abuso sexual infantil
- d) Sistemas de información.
- e) Capacitación en servicio.
- f) Incidencia a través de la articulación con otros actores institucionales.

## **2.6 Colaboradores de la organización:**

Actualmente *CONACMI* cuenta con colaboradores permanentes contratados, que son parte de los equipos de trabajo. Estos colaboradores son profesionales universitarios, y en su mayoría son psicólogos y trabajadores sociales.

También apoya un médico, un abogado, una secretaria y dos personas en el área de contabilidad. Hay seis colaboradores que no están presupuestados; éstos son estudiantes de psicología y de trabajo social que realizan en la organización su Ejercicio Profesional Supervisado.

## **2.7 Relación entre la teoría y el objeto de estudio:**

Se ha considerado plantear para la presente estrategia la teoría de “la comunicación como sistema” porque el sistema que prevalece en *CONACMI* está compuesto por dimensiones sociales, comunicativas y de conocimiento.

Es importante hacer notar que la entidad realiza investigaciones respecto a temas de maltrato y abuso sexual infantil en todo el país y realiza congresos nacionales para el abordaje de la temática; recopila las estadísticas de casos de maltrato y abuso infantil que genera el sistema de salud pública (*sistema de conocimiento*). También, atiende psicológicamente a niños, niñas y adolescentes abusados o maltratados, les brinda asesoría legal a sus familias y les orienta en cuanto a la atención médica si fuera necesaria (*sistema social*).

Además para vender sus proyectos y obtener financiamiento para los mismos, debe establecer relaciones estratégicas con instituciones con capacidad económica/financiera, y debe comunicar a los medios de comunicación sus avances (*sistema comunicativo*), entre otras actividades.

Mientras **CONACMI** no cuente con una estrategia de comunicación que le permita proyectar su misión institucional, le será muy difícil obtener los fondos suficientes para ser auto sostenible, ya que su imagen no será sólida ni ampliamente conocida, y las instituciones con capacidad económica/financiera, desconocerán sus múltiples capacidades y logros.

Abordando las relaciones de **CONACMI** dentro de su *sistema social*, es importante conocer que su estructura se regula por derechos y obligaciones de sus miembros, que afectan a individuos e instituciones, ya que la organización trabaja en casos particulares de niños y niñas abusados, y a su vez trabaja en alianza con otras organizaciones con quienes desarrolla proyectos conjuntos; por lo que su interacción social es amplia y diversa.

Las relaciones de **CONACMI** dentro de su *sistema comunicativo* son igualmente amplias y diversas. La organización debe fortalecer entre sus colaboradores los valores y la misión institucional, lo cual vendrá a incidir en la imagen que ellos y ellas transmitirán de la institución. También trabajarán en el establecimiento de alianzas estratégicas con organizaciones con capacidad técnica y financiera, para que éstas apoyen sus proyectos.

Otro factor importante dentro del *sistema comunicativo* es desarrollar sus habilidades para incidir en los medios de comunicación, con la idea de posicionar a **CONACMI** como la entidad referente en temas de maltrato y abuso sexual infantil en Guatemala.

Además es fundamental que tengan comunicación constante con organizaciones gubernamentales y no gubernamentales a través de la socialización de sus publicaciones científicas, memorias de labores, etc.; y para ello, sus colaboradores deben participar en su *sistema comunicativo* con seguridad y claridad al comunicar la misión de la entidad en todo ámbito posible, a través de las diversas comunicaciones institucionales, las cuales deberán responder a la estrategia prevista.

El tema del maltrato y del abuso sexual infantil es un tema delicado, que puede polarizar entre sujetos y entorno; por ejemplo, el incesto es una situación que es abordada de diferentes formas en los diversos estratos sociales, y la frase “maltrato infantil” tiene una connotación distinta en cada hogar: lo que para unos es maltrato, para otros no lo es; por ello, y porque **CONACMI** trabaja estos temas debe estar consciente, a nivel de su *Sistema de Conocimientos y Representaciones Culturales* que las diversas interpretaciones sociales de los temas que ellos abordan están sujetas a que las personas y las instituciones les atribuyan “valores, símbolos y expectativas capaces de proporcionarles gratificaciones o sufrimientos” según lo indica la teoría citada.

Por primera vez en casi veinte años de funcionamiento, **CONACMI** contará con una estrategia comunicacional específica, que se basará en el modelo teórico denominado *la comunicación como sistema*. Estará enfocada en audiencias específicas, y centrada en la misión de la organización. También contará con una sub estrategia comunicacional que le permitirá que su cuarto congreso anual sobre maltrato y abuso sexual infantil sea más visible, capte la atención mediática y se construya a partir de la experiencia de una comisión científica integrada por especialistas en el tema.

## **2.8 Adopción de una postura por parte de la investigadora:**

Un factor importante será iniciar la estrategia fortaleciendo entre los colaboradores de la entidad los valores y la misión institucional, con lo que se logrará que todos los colaboradores estén en capacidad de transmitir la misma imagen institucional a sus diversas audiencias externas.

Al desarrollar la estrategia propuesta, los colaboradores de **CONACMI**, quienes son la audiencia primaria, aplicarán a sus informes o en sus citas con representantes de organizaciones financieras las herramientas comunicacionales que se les brindarán en talleres al respecto, y harán uso del material impreso y audiovisual que se producirá para potencializar la imagen de la organización.

Las instituciones con capacidad económica/financiera, que son la audiencia secundaria, tendrán acceso a materiales producidos por la **CONACMI**; con los que conocerán y comprenderán mejor su misión institucional, y estarán más anuentes establecer con la Asociación nuevas alianzas estratégicas para apoyarles técnica y financieramente en el desarrollo de sus proyectos; o bien, podrán contratar a la **CONACMI** como un proveedor de servicios en el campo de la investigación, del abordaje comunitario de la temática, o en el tratamiento clínico de niñas y niños abusados sexualmente, por citar algunos ejemplos.

Con los medios de comunicación, la audiencia terciaria, se buscará establecer nuevas relaciones, con el fin de posicionar a la Asociación como la entidad referente en temas de maltrato y abuso sexual infantil en Guatemala.

La estrategia propuesta se desarrollará a lo largo de un año, y deberá medirse su impacto a través de indicadores específicos para cada una de las audiencias. En forma paralela se trabajará una sub estrategia comunicacional a través del IV Congreso Nacional para el Abordaje del Maltrato y el Abuso Sexual Infantil “Los Niños y las Niñas Primero”, con el objetivo de hacer visible la imagen y visión de la institución. Esta sub estrategia se desarrollará del mes de mayo al mes de noviembre y manejará sus propias audiencias.

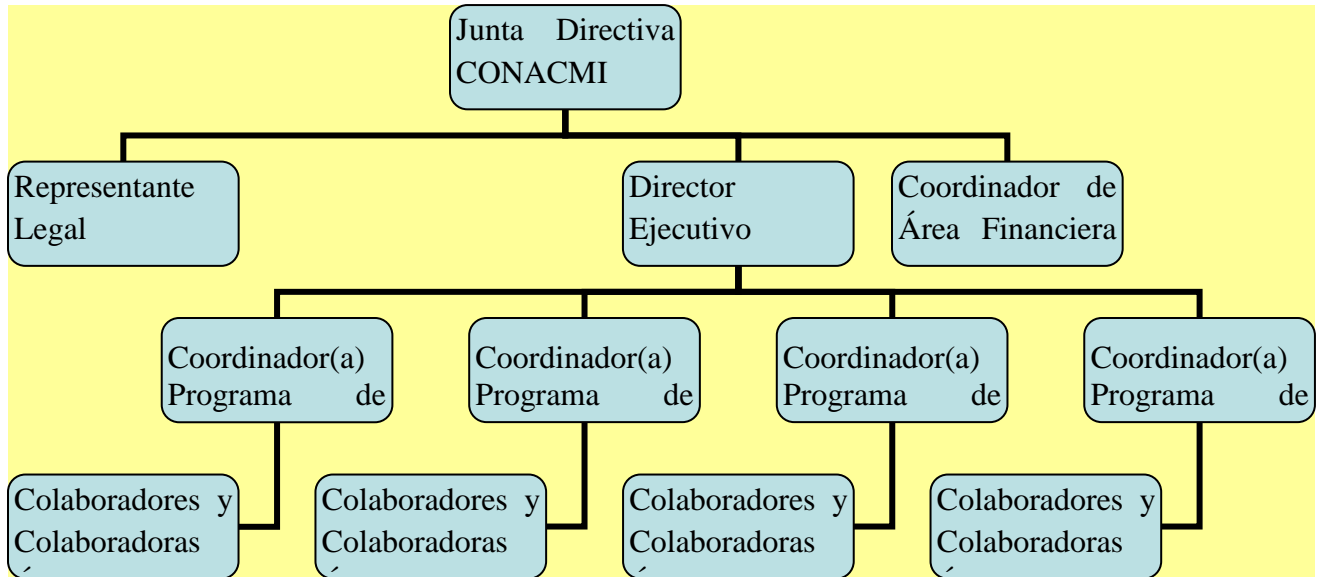
La audiencia primaria son los representantes de ONGs y universidades afines a *CONACMI*, quienes se espera que conformen una comisión científica interinstitucional para el diseño de contenido y metodología del IV Congreso Nacional, con el fin de diseñar una actividad multidisciplinaria y de alto nivel, que posibilite a quienes trabajan por y con los niños y niñas, un espacio de discusión y propuestas sobre la realidad del maltrato y el abuso sexual infantil en Guatemala.

La audiencia secundaria está integrada por 300 potenciales participantes al congreso, quienes, a partir de las acciones contempladas para la divulgación de la actividad, se espera que se inscriban y participen en la misma.

La audiencia terciaria de esta sub estrategia son los medios de comunicación, de los que se pretende brinden espacios gratuitos a *CONACMI* para la divulgación del IV Congreso. Además, se espera que asistan a la inauguración del evento, que participen en la conferencia de prensa y que publiquen notas sobre los acuerdos adquiridos durante el Congreso.

## 2.9 Organigrama institucional:

Gráfica No. 1<sup>9</sup>



---

<sup>9</sup> Fuente: CONACMI

## Capítulo III

### DIAGNÓSTICO COMUNICACIONAL

#### 3.1 Resumen del diagnóstico:

Entre mayo y agosto de 2010 se realizó en la Asociación Nacional Contra el Maltrato Infantil *CONACMI* un diagnóstico comunicacional que permitió conocer las formas en que la organización aplicaba la comunicación dentro y fuera de la misma.

Los integrantes de la junta directiva de la organización solicitaron a la investigadora que evaluara con especial interés el bajo nivel de participantes que habían logrado en los congresos nacionales para el abordaje del maltrato y del abuso sexual infantil que se habían llevado a cabo en 2007, 2008 y 2009; además de la baja cobertura mediática que habían tenido en los congresos llevados a cabo en los años mencionados.

Para noviembre de 2010 *CONACMI* tenía planeado llevar a cabo el IV Congreso Nacional basado en el abordaje de la temática de la prevención de la maltrato y del abuso sexual infantil, por lo que necesitaban establecer cuáles habían sido los errores que habían imposibilitado el éxito mediático de los congresos anteriores, con el fin de lograr captar el interés de participantes y de los medios de comunicación.

El diagnóstico llevado a cabo no solo permitió determinar los vacíos comunicacionales que habían impedido que la *CONACMI* cumpliera sus metas a nivel de interesar a potenciales participantes en los congresos pasados, y las razones por las cuales no había logrado la cobertura mediática que se esperaba; también permitió determinar que la asociación no contaba con una estrategia comunicacional que le permitiera hacerse visible como organización, y que eso limitaba sus posibilidades de obtener financiamientos para ampliar sus niveles de cobertura.

#### 3.2 Metodología empleada en el diagnóstico:

La metodología para realizar el diagnóstico fue de carácter mixto. Se utilizó el enfoque cualitativo para conocer la historia de la *CONACMI* y las razones para realizar los congresos nacionales. Permitted conocer su trayectoria de casi 20 años de labor, y los motivos por los cuales la comunicación interna y externa no había ocupado un lugar principal en el qué hacer de la entidad.

Para ello se trabajó con dos grupos focales conformados por diez personas cada uno, de organizaciones afines a *CONACMI*, quienes conocían la trayectoria institucional y habían participado en al menos dos de los congresos anuales llevados a cabo.

Se llevó a cabo lectura histórico-documental que permitió a la investigadora conocer el trabajo realizado por la asociación, su misión, visión y los objetivos institucionales en los que han basado su labor.

También se realizaron diez entrevistas a profundidad; cinco con colaboradores de la organización y cinco con integrantes de organismos internacionales que han apoyado financieramente y técnicamente a *CONACMI* a lo largo de 20 años.

Se aplicó una metodología cuantitativa sobre la base de un cuestionario a personas cercanas a la organización que habían participado en los congresos nacionales anteriores, o que tenían vínculos con *CONACMI* a través de los servicios que la asociación presta. A continuación se ampliará la información relacionada con la aplicación de instrumentos de índole cuantitativa en el marco de esta investigación.

### **3.3 Tipo de investigación**

Se llevó a cabo un estudio exploratorio de tipo descriptivo, que permitió al finalizar el mismo, que la investigadora describiera la carencia de estrategias de comunicación en la organización, no solo para los congresos nacionales que habían venido desarrollando, sino para visibilizar a la entidad como tal ante los organismos financistas, los medios de comunicación y la población en general. Este estudio exploratorio se llevó a cabo entre mayo y agosto de 2010.

### **3.4 Población y muestra**

En la investigación cuantitativa participaron 40 mujeres y 10 hombres entre 20 y 55 años de edad, y geográficamente ubicados en la capital de Guatemala; participantes en al menos uno de los congresos organizados por la asociación en los años pasados, y/o vinculados a la organización porque son usuarios de alguno de los servicios que presta *CONACMI*.

La proporción de la muestra fue 80% mujeres y 20% hombres, ya que según indicó la *CONACMI* esta es la proporción de género de asistentes a los congresos pasados; además es la proporción en género de los usuarios de los servicios que presta la organización.

En la investigación cualitativa participaron 30 personas; veinte de ellas participaron en dos grupos focales conformados de diez individuos cada uno; diez personas participaron respondiendo entrevistas a profundidad.

### **3.5 Objetivo general del diagnóstico:**

A través de un diagnóstico comunicacional que se realizó de abril a agosto de 2010, se buscó conocer si *CONACMI* había implementado estrategias de comunicación, tanto en los congresos nacionales llevados a cabo del 2007 al 2009, como a nivel organizacional para



dar a conocer su misión institucional, con el fin de formular una estrategia comunicacional tanto organizacional como específica para el congreso nacional que se llevaría a cabo en noviembre de 2010.

### **3.6 Objetivos específicos del diagnóstico:**

- a) Conocer la percepción de los valores y misión institucional de los colaboradores de *CONACMI* y si éstos los daban a conocer a públicos externos.
- b) Determinar las alianzas estratégicas que hasta el momento de la investigación había establecido *CONACMI* con organizaciones con objetivos comunes y capacidad financiera.
- c) Establecer el nivel de vinculación entre *CONACMI* y los medios de comunicación.
- d) Analizar los motivos de inasistencia del público en general y la falta de cobertura mediática durante los congresos nacionales llevados a cabo entre 2007 y 2009 con el fin de proponer una estrategia comunicacional para el congreso que se llevaría a cabo en 2010.

### **3.7 Principales hallazgos:**

Al concluir el diagnóstico realizado, en la Asociación Nacional Contra el Maltrato y el Abuso Sexual *CONACMI*, se evidenció los hallazgos que se explican a continuación:

Las y los colaboradores de *CONACMI* tienen poca claridad sobre la misión institucional, y sobre la importancia que tiene el hecho de que ésta se divulgue con el fin de posicionar a la organización tanto interna como externamente.

Otra situación que quedó evidenciada es que la organización no hace uso de su logotipo en una forma estructurada en los materiales que producen. *CONACMI* produce informes de investigaciones, folletos informativos sobre maltrato y abuso sexual infantil, cuadernos de trabajo para niños, y presentaciones *power point* para facilitar capacitaciones, pero en muchos de estos productos su logotipo no aparece, o se hace poco visible. Las y los colaboradores no mostraron conocimiento sobre la importancia del manejo de la imagen institucional.

Un hallazgo importante es que a pesar de que la organización ha recibido apoyo financiero de diversos organismos internacionales para ejecutar sus proyectos, nunca han producido materiales que les permitan vender su imagen como organización, ni proyectar su misión institucional, ni dar a conocer sus logros a través del tiempo.

Un dato importante es que *CONACMI* ha contado con publicaciones en ciertos medios informativos que se han interesado en su labor en forma aislada; sin embargo no han

establecido alianzas estratégicas con los medios de comunicación que les permitan proyectar su misión institucional a través de la difusión. Aunque algunos periodistas se han comunicado con la organización para solicitarles datos sobre maltrato y abuso sexual, la organización como tal no se ha visualizado como la entidad referente en temas de maltrato y abuso sexual infantil en Guatemala.

Respecto a los tres congresos nacionales para abordar las temáticas de abuso sexual y maltrato infantil llevados a cabo de 2007 a 2009, se pudo establecer que nunca habían conformado una comisión científica para el diseño de contenido y metodología de dichos encuentros; ya que fueron diseñados en su totalidad por personal interno de **CONACMI**.

De 2007 a 2009 tampoco contaron con una estrategia de divulgación para los congresos nacionales que motivara al público en general a participar en ellos. Se limitaron a enviar correos electrónicos y a distribuir afiches sin una planificación. Respecto a los medios de comunicación y la poca cobertura hacia a los eventos de 2007 a 2009 realizados por la organización, se evidenció que no se trabajó sistemáticamente en este sentido. Si bien se invitó a algunos medios de comunicación, lo hicieron porque algún colaborador de **CONACMI** tenía algún vínculo en el medio de comunicación específico, lo cual tampoco garantizó cobertura, o publicación de notas respecto al tema.

En resumen, los hallazgos más notables de este diagnóstico son los siguientes:

Los colaboradores de la entidad no conocían los valores y la misión institucional.

**CONACMI** contaba con limitadas alianzas estratégicas con organizaciones financistas que apoyaran sus proyectos.

Aunque eventualmente habían sido contactados por medios de comunicación, no habían logrado incidir en ellos para posicionar a **CONACMI** como la entidad referente en temas de maltrato y abuso sexual infantil en Guatemala.

No se habían realizado acciones comunicacionales pertinentes que permitieran elevar la cantidad de participantes en sus congresos anuales.

No habían logrado establecer alianzas con los medios de comunicación para que les permitieran espacios de difusión gratuita de los congresos anuales.

Nunca habían conformado una comisión científica interinstitucional para el diseño, contenido y metodología de los congresos anuales.

## Capítulo IV

### ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

#### 4.1 Propósito de la estrategia:

Se pretende fortalecer entre los colaboradores de la entidad los valores y la misión institucional, para que haciendo uso de las herramientas comunicacionales generadas en esta estrategia, logren potencializar la imagen de la organización. También se pretende establecer alianzas estratégicas con organizaciones con objetivos comunes y capacidad financiera, quienes comprenderán mejor su misión institucional, y podrán apoyarles técnica y financieramente en el desarrollo de sus proyectos; o bien, podrán contratar a la *CONACMI* como un proveedor de servicios redituables a la misma Asociación.

Respecto a los medios de comunicación, se busca establecer nuevas relaciones, con el fin de posicionar a la Asociación como la entidad referente en temas de maltrato y abuso sexual infantil en Guatemala, y con ello proyectar su misión institucional a través de la difusión continua.

Además es importante considerara que *CONACMI* realiza anualmente el congreso nacional contra el maltrato y el abuso sexual infantil, y para ello se ha desarrollado una sub estrategia que irá ejecutándose paralelamente a la estrategia de comunicación planteada en este documento, la cual se encuentra a partir de la página 31.

#### 4.2 Objetivo general de la estrategia:

Desarrollar una estrategia de comunicación institucional para *CONACMI*, con el fin de fortalecer internamente sus valores y misión organizacional, y con ello establecer nuevas alianzas estratégicas con organizaciones financieras, posicionándose entre los medios de comunicación como la entidad referente en temas de maltrato y abuso sexual infantil en Guatemala.

#### 4.3 Objetivos específicos de la estrategia:

- a) Fortalecer entre los colaboradores de *CONACMI* los valores y la misión institucional, para visibilizar sus logros institucionales.
- b) Posicionar a *CONACMI* entre los organismos financieros como entidad capacitada para ejecutar proyectos de prevención de abuso y maltrato infantil en Guatemala.

- c) Incidir en los medios de comunicación para posicionar a **CONACMI** como la entidad referente en temas de maltrato y abuso sexual infantil en Guatemala, y con ello proyectar su misión institucional a través de la difusión.

#### **4.4 Relaciones inter e intrainstitucionales**

Para desarrollar la presente estrategia se establecerán relaciones intrainstitucionales de la siguiente forma:

La junta directiva y los colaboradores de la organización participarán en talleres para potencializar sus conocimientos en comunicación, empoderarse de la misión institucional, y hacer uso de la misma en beneficio de la institución.

Las relaciones interinstitucionales que se fortalecerán con la presente estrategia son las siguientes:

- a) Alianzas estratégicas con organizaciones nacionales e internacionales con capacidad financiera y con objetivos comunes a **CONACMI**.
- b) Alianzas estratégicas con medios de comunicación.

#### **4.5 Los mensajes clave y las audiencias:**

Se manejarán mensajes clave adecuados a cada audiencia definida, según se indica en el cuadro siguiente:

#### 4.5.1 Audiencia primaria:

AUDIENCIAS		OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN	MENSAJES
Primaria	Junta Directiva de <i>CONACMI</i> :	Fortalecer los valores organizacionales de <i>CONACMI</i> para posicionar interna y externamente la misión institucional.	Divulguemos en voz alta nuestra misión.  Nuestra misión: prevenir toda forma de maltrato y abuso infantil.
	Presidente		
	Representante Legal	Empoderar a las y los colaboradores de <i>CONACMI</i> sobre su misión para que a través del desarrollo de su trabajo la comuniquen de forma más efectiva, interna y externamente.	
	Responsable Contabilidad		
	Colaboradores de la entidad:	Mejorar las habilidades comunicacionales del equipo humano de <i>CONACMI</i> para producir materiales que les permitan hacer más visibles sus logros institucionales.	
	10 personas que conforman el personal permanente		
20 personas que conforman el personal voluntario			

#### 4.5.2 Audiencia secundaria:

	AUDIENCIAS	OBJETIVOS DECOMUNICACIÓN	MENSAJES
<b>Secundaria</b>	<p>Organizaciones con capacidad financiera y objetivos comunes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Plan Internacional</li> <li>-Fondo de Naciones Unidas para la Infancia UNICEF</li> <li>- Organización de Naciones Unidas para el Sida ONUSIDA</li> <li>- Organización de Naciones Unidas para la Mujer UNIFEM</li> <li>-Embajada de Francia</li> <li>-Embajada de Suecia</li> <li>-Ministerio de Salud</li> </ul>	<p>Posicionar a <b>CONACMI</b> entre los organismos financistas como entidad capacitada para ejecutar proyectos de prevención de abuso y maltrato infantil en Guatemala.</p>	<p>Prevenamos juntos toda forma de maltrato y abuso infantil.</p>

#### 4.5.3 Audiencia terciaria:

AUDIENCIAS		OBJETIVOS DECOMUNICACIÓN	MENSAJES
<b>Terciaria</b>	<p>Medios de Comunicación guatemaltecos:</p> <p><b>Impresos:</b> Prensa Libre, Siglo XXI, La Hora, El Periódico, Al Día, Nuestro Diario, Diario de Centroamérica.</p> <p><b>Radiales:</b> Emisoras Unidas, Sonora, Radio Punto, Radio Universidad,</p> <p><b>Televisivos:</b> Nuestro Mundo (canal3), De los 20 a los 50 (canal Antigua), Al Filo de la Noche (canal 3), Noti 7 (canal 7),</p>	<p>Incidir en los medios de comunicación para posicionar a <b>CONACMI</b> como la entidad referente en temas de maltrato y abuso sexual infantil en Guatemala, y con ello proyectar su misión institucional a través de la difusión.</p>	<p>Hagamos equipo para prevenir toda forma de maltrato y abuso infantil.</p>

#### 4.6 Desarrollo de la estrategia

A continuación se desarrolla la estrategia de comunicación diseñada para **CONACMI**.





# Planificación de Estrategia de Comunicación Institucional para CONACMI

## PROBLEMA

CONACMI no cuenta con una estrategia de comunicación que le permita proyectar su misión institucional.

## OBJETIVO

Desarrollar una estrategia de comunicación institucional para **CONACMI**, con el fin de fortalecer internamente sus valores y misión organizacional, y con ello establecer nuevas alianzas estratégicas con organizaciones financieristas, posicionándose entre los medios de comunicación como la entidad referente en temas de maltrato y abuso sexual infantil en Guatemala.

AUDIENCIAS		OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN	MENSAJES	MEDIOS	TÁCTICAS
<b>Primaria</b>	<b>Junta Directiva de CONACMI:</b>  Presidente  Representante Legal  Responsable Contabilidad	Fortalecer los valores organizacionales de CONACMI para posicionar interna y externamente la misión institucional.  Empoderar a las y los colaboradores de CONACMI sobre su misión y visión para que a través del desarrollo de su trabajo la comuniquen de forma más efectiva, interna y externamente.	Divulguemos en voz alta nuestra misión.  Nuestra misión: prevenir toda forma de maltrato y abuso infantil.	Carpeta de imagen corporativa. <sup>10</sup>  Planificación de talleres y reuniones. <sup>11</sup>  Aplicación de logotipo a material impreso institucional: papel membretado, tarjetas de presentación, banners institucionales.(diseños) <sup>12</sup>  Video de posicionamiento institucional. <sup>13</sup>  <i>¿Quiénes somos y a dónde vamos?</i>	6 reuniones ejecutivas  2 talleres de comunicación e imagen en las ONGs.  2 talleres de filosofía y valores organizacionales  Impresión y artes finales digitales de papelería y banners institucionales internos y externos.  Producción de guiones, filmación y edición y producción final del video de posicionamiento institucional:  <i>¿Quiénes somos y a dónde vamos?</i>
	<b>Colaboradores de la entidad:</b>  10 personas que conforman el personal permanente  20 personas que conforman el personal voluntario	Mejorar las habilidades comunicacionales del equipo humano de CONACMI para producir materiales que les permitan hacer más visibles sus logros institucionales.			

<sup>10</sup> Ver Apéndice 1

<sup>11</sup> Ver Apéndice 2

<sup>12</sup> Ver Apéndice 3

<sup>13</sup> Ver Apéndice 4

# Planificación de Estrategia de Comunicación Institucional para CONACMI

## PROBLEMA

CONACMI no cuenta con una estrategia de comunicación que le permita proyectar su misión institucional.

## OBJETIVO

Desarrollar una estrategia de comunicación institucional para **CONACMI**, con el fin de fortalecer internamente sus valores y misión organizacional, y con ello establecer nuevas alianzas estratégicas con organizaciones financieras, posicionándose entre los medios de comunicación como la entidad referente en temas de maltrato y abuso sexual infantil en Guatemala.

AUDIENCIAS		OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN	MENSAJES	MEDIOS	TÁCTICAS
<b>Secundaria</b>	<b>Organismos Financistas</b>	Posicionar a CONACMI entre los organismos financieros como entidad capacitada para ejecutar proyectos de prevención de abuso y maltrato en Guatemala.	Prevenimos juntos toda forma de maltrato y abuso infantil.	Video de posicionamiento institucional: <sup>14</sup>  <i>¿Quiénes somos y a dónde vamos?</i>  Informe anual de operaciones institucionales.  Carpeta de imagen corporativa <sup>15</sup>  Boletín electrónico trimestral. <sup>16</sup>  Monitoreo Mediático <sup>17</sup>	8 reuniones ejecutivas, una con cada director(a) o gerente de cada una de las instituciones "audiencia" para presentar video institucional y plantearse como posible alianza estratégica; incluye socialización de carpeta de imagen corporativa.  Envío de 4 boletines anuales (uno por trimestre) vía electrónica a las entidades "audiencia", brindando los avances trimestrales de la organización.  Monitoreo de notas de prensa radial escrita o televisiva publicadas en torno al tema que compete a CONACMI o a la institución misma.  Envío electrónico de publicaciones en medios de comunicación sobre el trabajo que realiza CONACMI.
	-Plan Internacional				
	-Fondo de Naciones Unidas para la Infancia UNICEF				
	- Organización de Naciones Unidas para el Sida ONUSIDA				
	- Organización de Naciones Unidas para la Mujer UNIFEM				
	-Embajada de Francia				
	-Embajada de Suecia				
	-Ministerio de Salud				

<sup>14</sup> Ver Apéndice 4

<sup>15</sup> Ver Apéndice 1

<sup>16</sup> Ver Apéndice 5

<sup>17</sup> Ver Apéndice 6

# Planificación de Estrategia de Comunicación Institucional para CONACMI

## PROBLEMA

CONACMI no cuenta con una estrategia de comunicación que le permita proyectar su misión institucional.

## OBJETIVO

Desarrollar una estrategia de comunicación institucional para **CONACMI**, con el fin de fortalecer internamente sus valores y misión organizacional, y con ello establecer nuevas alianzas estratégicas con organizaciones financieras, posicionándose entre los medios de comunicación como la entidad referente en temas de maltrato y abuso sexual infantil en Guatemala.

AUDIENCIAS		OBJETIVOS DECOMUNICACIÓN	MENSAJES	MEDIOS	TÁCTICAS
<b>Tercaria</b>	<p><b>Medios de Comunicación Guatemaltecos:</b></p> <p><b>Impresos:</b> Prensa Libre, Siglo XXI, La Hora, El Periódico, Al Día, Nuestro Diario, Diario de Centroamérica.</p> <p><b>Radiales:</b> Emisoras Unidas, Sonora, Radio Punto, Radio Universidad,</p> <p><b>Televisivos:</b> Nuestro Mundo (canal3), De los 20 a los 50 (canal Antigua), Al Filo de la Noche (canal 3), Noti 7 (canal 7),</p>	<p>Incidir en los medios de comunicación para posicionar a CONACMI como la entidad referente en temas de maltrato y abuso sexual infantil en Guatemala, y con ello proyectar su misión institucional a través de la difusión.</p>	<p>Hagamos equipo para prevenir toda forma de maltrato y abuso infantil.</p>	<p>Boletín e invitación a conferencias<sup>18</sup></p> <p>Video de posicionamiento institucional: <i>¿Quiénes somos y adónde vamos?</i><sup>19</sup></p> <p>Informe anual de operaciones institucionales.</p> <p>Carpeta de imagen corporativa<sup>20</sup></p> <p>Boletín electrónico trimestral.<sup>21</sup></p> <p>Monitoreo Mediático<sup>22</sup></p>	<p>Convocatoria a medios de comunicación para facilitarles información sobre el lanzamiento o culminación de proyectos de CONACMI, con boletines de prensa que les brinden datos sobre denuncia, abordaje, tratamiento o delitos de maltrato y abuso infantil.</p> <p>Monitoreo de notas de prensa radial escrita o televisiva publicadas en torno al tema que compete a CONACMI o a la institución misma.</p> <p>Envío de 4 boletines anuales (uno por trimestre) vía electrónica a las entidades "audiencia", brindando los avances trimestrales de la organización.</p> <p>Desayuno con periodistas para socializar el informe anual, dando especial énfasis a la cantidad de casos reportado y tratados anualmente. Incluye socialización de carpeta de imagen corporativa y proyección del video.</p>

<sup>18</sup> Ver Apéndice 5

<sup>19</sup> Ver Apéndice 4

<sup>20</sup> Ver Apéndice 1

<sup>21</sup> Ver Apéndice 5

**CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DE ESTRATEGIA AUDIENCIA PRIMARIA**

MESES AÑO 2011						J	Responsable	Evaluación	Costo
6 Reuniones ejecutivas							Licda. Oneida Rodas y Dr. Haroldo Oquendo	7 colaboradores de CONACMI y 3 miembros de su junta directiva participan activamente en las reuniones. Se calendarizan talleres y se aprueban los materiales gráficos para impresión. Se aprueba el video institucional y el contenido del mismo	<b>Q.1,800.00</b>
2 Talleres de comunicación e imagen en las ONGs.							Licenciada Oneida Rodas	30 colaboradores de CONACMI participan en los dos talleres (uno es seguimiento del otro) 20 aplican en sus informes las técnicas aprendidas	<b>Q.4,000.00</b>
2 Taller de cultura y valores organizacionales							Lic. Miguel Ángel López; Dr. Haroldo Oquendo y Licda. Oneida Rodas	30 colaboradores de CONACMI participan en los dos talleres (uno es seguimiento del otro) 20 aplican en sus informes las técnicas aprendidas	<b>Q.4,000.00</b>
Diseño, Impresión y artes finales digitales de papelería institucional							Licenciada Oneida Rodas y Licenciado Edgar Bran	Impresión de 2,000 tarjetas de presentación. Impresión de 10,000 hojas y 5,000 sobres	<b>Q.4,000.00</b>
Diseño, Impresión y artes finales digitales de banners institucionales internos y externos							Licenciada Oneida Rodas y Licenciado Edgar Bran	Impresión de 10 banners internos Impresión de 10 banners externos	<b>Q.1,000.00</b>
Diseño, Impresión y artes finales digitales de carpeta de imagen corporativa							Licenciada Oneida Rodas y Licenciado Edgar Bran	Impresión de 300 carpetas corporativas	<b>Q.4,500.00</b>
Producción de guiones, filmación y edición y producción final del video de posicionamiento institucional: Quiénes somos y a dónde vamos?							Licenciado Alfredo Sánchez Licenciado José Vásquez Licenciada Oneida Rodas	Producción de video de corte institucional de 6 minutos de duración.	<b>Q.6,000.00</b>
<b>Subtotal</b>									<b>Q.25,300.00</b>
<b>Imprevistos</b>									<b>Q. 700.00</b>
<b>Total</b>									<b>Q.26,000.000</b>

**CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DE ESTRATEGIA AUDIENCIA SECUNDARIA**

MESES AÑO 2011	M	J	J	A	S	O	N	D	Responsable	Evaluación	Costo Q.
8 reuniones ejecutivas, una con cada director(a) o gerente de cada una de las instituciones "audiencia" para presentar video institucional y plantearse como posible alianza estratégica; incluye socialización de carpeta de imagen corporativa.									Dr. Haroldo Oquendo y Lic. Miguel Ángel López	8 directores de organizaciones disponen de una hora de tiempo para que representantes de CONACMI presenten a la organización.  4 directores o sus representantes solicitan a CONACMI que presente un proyecto a su organización en 2011.	Q.1,200.00
Envío de 4 boletines anuales (uno por trimestre) vía electrónica a las entidades "audiencia", brindando los avances trimestrales de la organización.									Licenciada Oneida Rodas y Licenciada Janneth Revolorio	4 boletines elaborados con datos trimestrales sobre maltrato y abuso infantil y noticias de CONACMI.  50 boletines enviados trimestralmente a directores de organizaciones y a otros actores claves de organismos internacionales o nacionales.	Q.1,600.00
Monitoreo Mediático									Monitor de medios	Se revisaron 160 periódicos (Revisión diaria de 5 periódicos sobre temas de derechos de niñez, maltrato o abuso en Guatemala) y se extrajeron notas sobre el tema	Q.12,000.00
Envío electrónico de publicaciones en medios de comunicación sobre el trabajo que realiza CONACMI									Monitor de Medios	Se socializaron electrónicamente, con agencias internacionales todas aquellas notas relacionadas con maltrato o aviso sexual, con mayor énfasis cuando la fuente sea CONACMI.	
										<b>Subtotal</b>	<b>Q.14,800.00</b>
										<b>Imprevistos</b>	<b>Q. 700.00</b>
										<b>Total</b>	<b>Q.15,500.00</b>

### CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DE ESTRATEGIA AUDIENCIA TERCIARIA

MESES AÑO 2011	M	J	J	A	S	O	N	D	Responsable	Evaluación	Costo Q.
Convocatoria a medios de comunicación para facilitarles información sobre el lanzamiento o culminación de proyectos de CONACMI, con boletines de prensa que les brinden datos sobre denuncia, abordaje, tratamiento o delitos de maltrato y abuso infantil.									Licenciada Oneida Rodas y Licenciada Janneth Revolorio	4 convocatorias a medios donde acude el 80% de los medios invitados y publica el 70% de los medios asistentes	<b>Q.2,000.00</b>
Monitoreo de notas de prensa radial escrita o televisiva publicadas en torno al tema que compete a CONACMI o a la institución misma.									Monitor de medios	Se revisaron 160 periódicos (Revisión diaria de 5 periódicos sobre temas de derechos de niñez, maltrato o abuso en Guatemala) y se extrajeron notas sobre el tema	<b>Q.00.00</b> (ya está contemplado en la audiencia secundaria)
Envío de 4 boletines anuales (uno por trimestre) vía electrónica a las entidades "audiencia", brindando los avances trimestrales de la organización.									Licenciada Oneida Rodas y Licenciada Janneth Revolorio	4 boletines elaborados con datos trimestrales sobre maltrato y abuso infantil y noticias de CONACMI. 50 boletines enviados trimestralmente a directores de organizaciones y a otros actores claves de organismos internacionales o nacionales.	<b>Q.00.00</b> (ya está contemplado en la audiencia secundaria)
Desayuno con periodistas para socializar el informe anual, dando especial énfasis a la cantidad de casos reportado y tratados anualmente. Incluye socialización de carpeta de imagen corporativa y proyección del video									Licenciada Oneida Rodas y Licenciada Janneth Revolorio	15 medios de comunicación asisten a la convocatoria; publica del 50% de los medios asistentes.	<b>Q.3,500.00</b>
<b>Subtotal</b>											<b>Q.5,500.00</b>
<b>Imprevistos</b>											<b>Q. 500.00</b>
<b>Total</b>											<b>Q.6,000.00</b>

#### **4.7 Propósito de la sub estrategia:**

En forma paralela a la estrategia se desarrollará una sub estrategia comunicacional a través del IV Congreso Nacional para el abordaje del maltrato y el abuso sexual Infantil “Los Niños y las Niñas Primero”. Los propósitos de dicha sub estrategia se enlistan a continuación:

- a) Lograr las acciones pertinentes que permitan la participación de un promedio de 300 personas en el evento.
- b) Establecer alianzas con los medios de comunicación para que permitan espacios de difusión gratuita del congreso, así como la cobertura de la inauguración.
- c) Conformar de una comisión científica interinstitucional para el diseño, contenido y metodología del congreso.

#### **4.8 Objetivo general de la sub estrategia:**

Desarrollar una sub estrategia de comunicación para que CONACMI haga visible su imagen y su misión institucional, a través del IV Congreso Nacional para el abordaje del maltrato y el abuso sexual infantil “Los Niños y las Niñas Primero”.

#### **4.9 Objetivos específicos de la sub estrategia:**

- a) Diseñar una estrategia de divulgación del IV Congreso, con el fin de que 300 personas se inscriban y participen en la actividad.
- b) Conseguir espacios gratuitos, la cobertura mediática del evento y la publicación de notas periodísticas relacionadas con el IV Congreso.
- c) Lograr la participación de expertos nacionales en la conformación de una comisión científica interinstitucional, para el diseño de contenido y metodología del IV Congreso.

#### **4.10 Los mensajes clave y las audiencias:**

Se manejarán mensajes clave adecuados a cada audiencia definida, según se indica en los cuadros siguientes:

#### 4.10.1 Audiencia primaria de la sub estrategia:

AUDIENCIAS		OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN	MENSAJES
<b>Primaria</b>	<p>a. 300 Participantes que se espera que se inscriba en el Congreso:</p> <p>b. Profesionales y Estudiantes Universitarios de Trabajo Social, Medicina, Pediatría, y Psicología.</p> <p>c. Miembros de ONGs que trabajan con niñez y adolescencia.</p> <p>d. Maestros de Educación pre primaria y primaria.</p> <p>b) E. Trabajadores en hospitales públicos en el área de pediatría.</p>	<p>Lograr, a partir de una estrategia de divulgación del IV Congreso, que 300 personas de los perfiles enunciados en la “audiencia” se inscriban y participen en la actividad.</p>	<p>Los Niños y las Niñas Primero.</p>



**4.10.2 Audiencia secundaria de la sub estrategia:**

AUDIENCIAS		OBJETIVOS DECOMUNICACIÓN	MENSAJES
<b>Secundaria</b>	<p>Medios de Comunicación</p> <p>Impresos: Prensa Libre, Siglo XXI, La Hora, El Periódico, Al Día, Nuestro Diario, Diario de Centroamérica.</p> <p>Radiales: Emisoras Unidas, Sonora, Radio Punto, Radio Universidad,</p> <p>Televisivos: Nuestro Mundo (canal3), De los 20 a los 50 (canal Antigua), Al Filo de la Noche (canal 3), Noti 7 (canal 7)</p>	<p>Que los medios de Comunicación definidos como “audiencia” le den cobertura y publiquen notas periodísticas relacionadas con el IV Congreso y CONACMI en el marco de la inauguración del evento.</p>	<p>Los Niños y las Niñas Primero</p>

#### 4.10.3 Audiencia terciaria de la sub estrategia:

AUDIENCIAS		OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN	MENSAJES
Terciaria	Representantes de Universidades y ONGs afines a CONACMI	Conformar una comisión científica para el diseño de contenido y metodología del IV Congreso Nacional, con el fin de diseñar una actividad multidisciplinaria y de alto nivel, que posibilite a quienes trabajan por y con los niños y niñas un espacio de discusión y propuestas sobre la realidad del maltrato y el abuso sexual infantil en Guatemala.	Los Niños y las Niñas Primero

#### 4.11 Desarrollo de la sub estrategia

A continuación se desarrolla la sub estrategia de comunicación diseñada para *CONACMI*.

# Planificación de Sub Estrategia de Comunicación Institucional para CONACMI

## PROBLEMA

CONACMI no cuenta con una estrategia de comunicación que le permita proyectar su misión institucional.

## OBJETIVO

Desarrollar una sub estrategia de comunicación para que CONACMI haga visible su imagen y su misión institucional, a través del IV Congreso Nacional para el Abordaje del Maltrato y el Abuso Sexual Infantil “Los Niños y las Niñas Primero”.

AUDIENCIAS		OBJETIVOS DECOMUNICACIÓN	MENSAJES	MEDIOS	TÁCTICAS
<b>Primaria</b>	<p><b>300 Participantes que se espera que se inscriba en el Congreso:</b></p> <p>Profesionales y Estudiantes Universitarios de Trabajo Social, Medicina, Pediatría, y Psicología.</p> <p>Miembros de ONGs que trabajan con niñez y adolescencia.</p> <p>Maestros de Educación pre primaria y primaria.</p> <p>Trabajadores en hospitales públicos en el área de pediatría.</p>	<p>Lograr, a partir de una estrategia de divulgación del IV Congreso, que 300 personas de los perfiles enunciados en la “audiencia” se inscriban y participen en la actividad.</p>	<p>Los Niños y las Niñas Primero.</p>	<p>Imagen Gráfica del congreso</p> <p>Mantas Vinílicas tipo afiche.<sup>23</sup></p> <p>Ronda Mediática</p> <p>Spots Radiales</p> <p>Página en facebook<sup>24</sup></p>	<p>Invitación de aula en aula de las carreras “audiencia” en la Universidad de San Carlos, Mariano Gálvez y Francisco Marroquín.</p> <p>Colocación de afiches en las aulas en donde se realizó el recorrido.</p> <p>A través de espacios gratuitos en medios radiales y televisivos abordar el tema de la prevención del abuso y del maltrato infantil y para invitar a que las personas se inscriban y participen.</p> <p>Difusión de Spots Radiales en emisoras que brinden espacios gratuitos.</p> <p>Apertura de una página en Facebook para que las y los interesados se hagan fans y se les envíe semanalmente información previa al congreso.</p> <p>Colocación de afiches en las áreas de pediatría del Hospital Roosevelt, San Juan de Dios e IGSS zona 6.</p> <p>Colocación de afiches en las diversas ONGs afines a CONACMI.</p> <p>Invitación vía telefónica a directores de ONGs y vía electrónica a las y los miembros de las mismas para que se inscriban y participen.</p>

<sup>23</sup> Ver Apéndice 9

<sup>24</sup> Ver Apéndice 10

# Planificación de Sub Estrategia de Comunicación Institucional para CONACMI

## PROBLEMA

CONACMI no cuenta con una estrategia de comunicación que le permita proyectar su misión institucional.

## OBJETIVO

Desarrollar una sub estrategia de comunicación para que CONACMI haga visible su imagen y su misión institucional, a través del IV Congreso Nacional para el Abordaje del Maltrato y el Abuso Sexual Infantil “Los Niños y las Niñas Primero”.

AUDIENCIAS		OBJETIVOS DECOMUNICACIÓN	MENSAJES	MEDIOS	TÁCTICAS
<b>Secundaria</b>	<p><b>Medios de Comunicación</b></p> <p><b>Impresos:</b> Prensa Libre, Siglo XXI, La Hora, El Periódico, Al Día, Nuestro Diario, Diario de Centroamérica.</p> <p><b>Radiales:</b> Emisoras Unidas, Sonora, Radio Punto, Radio Universidad,</p> <p><b>Televisivos:</b> Nuestro Mundo (canal3), De los 20 a los 50 (canal Antigua), Al Filo de la Noche (canal 3), Noti 7 (canal 7),</p>	<p>Que los medios de Comunicación definidos como “audiencia” le den cobertura y publiquen notas periodísticas relacionadas con el IV Congreso y CONACMI en el marco de la inauguración del evento.</p>	<p>Los Niños y las Niñas Primero</p>	<p>Boletín Electrónico<sup>25</sup> Llamadas telefónicas a editores y a reporteros.<sup>26</sup></p>	<p>Invitación a acto inaugural. Desayuno con periodistas Conferencia de prensa.</p>

<sup>25</sup> Ver Apéndice 11

<sup>26</sup> Ver Apéndice 12

# Planificación de Sub Estrategia de Comunicación Institucional para CONACMI

## PROBLEMA

CONACMI no cuenta con una estrategia de comunicación que le permita proyectar su misión institucional.

## OBJETIVO

Desarrollar una sub estrategia de comunicación para que CONACMI haga visible su imagen y su misión institucional, a través del IV Congreso Nacional para el Abordaje del Maltrato y el Abuso Sexual Infantil “Los Niños y las Niñas Primero”.

AUDIENCIAS		OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN	MENSAJES	MEDIOS	TÁCTICAS
<b>Terceria</b>	<b>Representantes de ONGs y Universidades afines a CONACMI</b>	Conformar una comisión científica para el diseño de contenido y metodología del IV Congreso Nacional, con el fin de diseñar una actividad multidisciplinaria y de alto nivel, que posibilite a quienes trabajan por y con los niños y niñas un espacio de discusión y propuestas sobre la realidad del maltrato y el abuso sexual infantil en Guatemala.	Los Niños y las Niñas Primero	<p>Imagen Gráfica del congreso<sup>27</sup></p> <p>Definición de temáticas básicas y ejes transversales.</p> <p>Coordinación para invitar especialistas internacionales.</p> <p>Planificación total del congreso<sup>28</sup></p>	<p>Invitación a representantes de ONGs y de Universidades para que integren la comisión científica.</p> <p>10 reuniones ejecutivas</p> <p>Planificación Final Impresa del Congreso para 300 participantes.</p>

<sup>27</sup> Ver Apéndice 7

<sup>28</sup> Ver Apéndice 8

**CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DE SUB ESTRATEGIA AUDIENCIA PRIMARIA**

<b>MESES AÑO 2011</b>	<b>M</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>A</b>	<b>S</b>	<b>O</b>	<b>N</b>	<b>D</b>	<b>Responsable</b>	<b>Evaluación</b>	<b>Costo Q.</b>
Invitación de aula en aula de las carreras "audiencia" en la Universidad de San Carlos, Mariano Gálvez y Francisco Marroquín									Licenciada Oneida Rodas	Un diseño y diagramación de afiche del congreso aprobado por el comité organizador. Reproducción y colocación de 100 afiches vinílicos en lugares estratégicos.  720 estudiantes universitarios son informados e invitados personalmente para participar en el congreso.  100 alumnos que son informados se inscriben y participan en el congreso.	<b>Q.4,000.00</b>
Colocación de afiches en las aulas en donde se realizó el recorrido								Licenciada Sandra Reyes			
Colocación de afiches en las áreas de pediatría del Hospital Roosevelt, San Juan de Dios e IGSS zona 6.								Licenciada Nohemi García  Licenciado Edgar Bran			
Difusión de Spots Radiales en emisoras que brinden espacios gratuitos.									Licenciada Oneida Rodas Licenciada Sandra Reyes	Grupo radial El Tajín dona la difusión de un total de 200 spots durante 10 días en Radio Fiesta, Radio Ranchera y FM Joya.	<b>Q.00.00</b>
Apertura de una página en Facebook para que las y los interesados se hagan fans y se les envíe semanalmente información previa al congreso.									Licenciada Oneida Rodas Licenciada Sandra Reyes	100 personas se hacen fan de la página en facebook 25 personas que se hacen fan se inscriben y asisten al congreso	<b>Q.00.00</b>
A través de espacios gratuitos en medios radiales y televisivos abordar el tema de la prevención del abuso y del maltrato infantil y para invitar a que las personas se inscriban y participen.									Licenciada Sandra Reyes	5 programas televisivos y 9 programas radiales seden espacios a CONACMI para abordar el tema del abuso y maltrato infantil y para promocionar al congreso.  100 personas que se inscriben refieren haberse informado a través de alguno de los medios visitados.	<b>Q.6,000.00</b>
Invitación vía telefónica a directores de ONGs y vía electrónica a las y los miembros de las mismas para que se inscriban y participen. Colocación de afiches en las diversas ONGs afines a CONACMI.									Licenciada Oneida Rodas	100 personas de ONGs se inscriben y asisten al congreso	<b>Q.4,000.00</b>
<b>Subtotal</b>											<b>Q.9,500.00</b>
<b>Imprevistos</b>											<b>Q. 500.00</b>
<b>Total</b>											<b>Q.10,000.00</b>

**CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DE SUB ESTRATEGIA AUDIENCIA SECUNDARIA**

MESES AÑO 2011	M	J	J	A	S	O	N	D	Responsable	Evaluación	Costo Q.
Invitación a acto inaugural.									Licenciada Oneida Rodas	15 medios de comunicación son invitados al acto inaugural a través de sus editores y reporteros . 10 medios de comunicación asisten al acto inaugural del Congreso. 8 medios de comunicación publican notas relacionadas con el Congreso y CONACMI.	Q.1,500.00
Desayuno con periodistas									Licenciada Sandra Reyes	15 periodistas y reporteros gráficos desayunan en el evento mientras se les presentan estadísticas nacionales sobre maltrato y abuso sexual y los objetivos del congreso.	Q.1,500.00
Conferencia de prensa										El Embajador de Suecia, el Embajador de Francia, el representante de Unicef, el representantes de Plan Internacional y el director de CONACMI participan en la conferencia de prensa.	Q.1,500.00
										<b>Subtotal</b>	<b>Q.4,500.00</b>
										<b>Imprevistos</b>	<b>Q. 500.00</b>
										<b>Total</b>	<b>Q.5,000.00</b>

**CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DE SUB ESTRATEGIA AUDIENCIA TERCIARIA**

MESES AÑO 2011	M	J	J	A	S	O	N	D	Responsable	Evaluación	Costo Q.
Invitación a representantes de ONGs y de Universidades para que integren la mesa científica.									Licenciada Revolorio Janneth	20 invitaciones son enviadas para conformar la mesa científica.  12 organizaciones responden positivamente.	<b>Q.500.00</b>
10 reuniones ejecutivas									Doctor Haroldo Oquendo y Licenciada Oneida Rodas	Representantes profesionales de 10 ONGs afines a CONACMI conforman la mesa científica.  Representantes de 2 escuelas y de 2 facultades universitarias conforman la mesa científica.  Las 12 personas donan su tiempo durante 10 reuniones de trabajo.	<b>Q.7,000.00</b>
Planificación Final Impresa del Congreso para 300 participantes.									Doctor Haroldo Oquendo y Licenciada Oneida Rodas	Para el 30 de octubre se cuenta con la versión final de la agenda y para el 2 de noviembre ya se cuenta con los 300 juegos impresos.	<b>Q.1,000.00</b>
<b>Subtotal</b>											<b>Q.8,500.00</b>
<b>Imprevistos</b>											<b>Q. 500.00</b>
<b>Total</b>											<b>Q.9,000.00</b>



## **Bibliografía**

### **Libros:**

1. RUSSO, Eduardo. La Comunicación Organizacional en Centros de Educación Superior. La Habana, Cuba 2002
2. WEINBERG, Karen. Mirando al Futuro, Manual de Marketing Social. Publicación producida por Save the Children Suecia; con el respaldo de la Universidad del Pacífico. Primera Edición. Lima, Perú 2,005
3. GÁMEZ Rosalinda, “Comunicación y Cultura Organizacional en Empresas Chinas y Japonesas” México 2005

### **Tesis**

1. BRACHO, Francisca y Canala David; tesis “De qué manera el Marketing con causa social puede apoyar el posicionamiento y la rentabilidad de una fundación sin fines de lucro”, para optar al título de publicista y al grado de licenciado de comunicación social por la Facultad de Comunicación de la Universidad Diego Portales, Chile 2008.
2. BERNAL, Lina; y Hernández Diana; tesis “Marketing Social en Organizaciones Lucrativas; ¿Imagen Pública o Apoyo a la Comunidad?” para optar al título de comunicadores sociales organizacionales por la Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Pontificia Universidad Javeriana, Colombia 2008.
3. CONTRERAS, Hectony. Tesis “Modelo de gestión de comunicación para el cambio organizacional y gestión comunicacional: caso banco de Venezuela/grupo Santander”, Caracas, Venezuela. 2008

### **Leyes:**

1. Ley de Protección Integral de la Niñez y Adolescencia. Decreto 27-2003, emitido por el Congreso de la República de Guatemala.

### **Revistas y Cuadernos de Trabajo:**

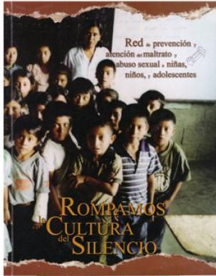
1. Filantropía y Responsabilidad Social en Chile. Ediciones PROhumana, Año 2 / No. 5; marzo 2001, Santiago de Chile.
2. Seminario Marketing con Causa Social (documento de trabajo). Fundación PROhumana y ProQualitas – Consultora Organizacional. 17 de noviembre de 2000, Santiago de Chile.

## Sitios Digitales

1. [http://www.centrase.org/main.php?id\\_area=1](http://www.centrase.org/main.php?id_area=1)  
Página oficial de centraRSE Guatemala, consultada el 20 de julio de 2010
2. <http://www.cybertech.com.ar/mendive>.  
“Marketing Social, Teoría y Práctica” Autor Daniel Mendive (1999) Buenos Aires Argentina. Consultada el 18 de agosto de 2010
3. [www.eduquemosconternura.org/contenido.php?link=CONACMI](http://www.eduquemosconternura.org/contenido.php?link=CONACMI)  
Página oficial de CONACMI, consultada el 15 de mayo de 2010
4. <http://www.elperiodico.com.gt/es/20070611/actualidad/40553/>  
Correspondiente a la edición electrónica de “El Periódico” del 11 de junio de 2007, consultada el 21 de julio de 2010.
5. <http://noticias.com.gt/nacionales/20091001-la-ninez-representa-uno-de-los-sectores-mas-olvidados-en-guatemala.html>  
Página de Noticias.com, consultada el 13 de junio de 2010

# Apéndice

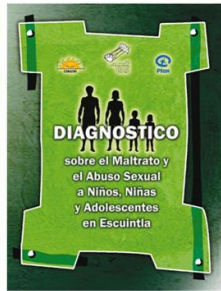
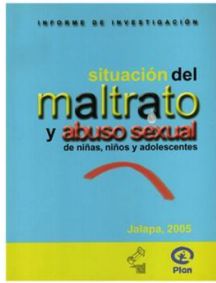




Hemos publicado más de 10 documentos de investigación relacionados con el maltrato y el abuso sexual infantil en Guatemala

## Quiénes Somos, y a Dónde Vamos

### Nuestras Publicaciones



“COORDINAMOS LA RED DE INSTITUCIONES QUE TRABAJAN EN GUATEMALA PROMOVRIENDO ACCIONES QUE PREVIENEN EL MALTRATO Y EL ABUSO SEXUAL INFANTIL”



Con el transcurso de los años muchas organizaciones nos han apoyado. Ahora tú también nos puedes apoyar

### www.eduquemosconternura.org

Este artículo incluirá alrededor de 125 palabras y pretende describir el sitio web de la organización e invitar a que sea visitado.

Este artículo incluirá alrededor de 125 palabras y pretende describir el sitio web de la organización e invitar a que sea visitado. Este artículo incluirá alrededor de 125 palabras y pretende descri-

bir el sitio web de la organización e invitar a que sea visitado. Este artículo incluirá alrededor de 125 palabras y pretende describir el sitio web de la organización e invitar a que sea visitado. Este artículo incluirá alrededor de 125 palabras y pretende describir el sitio web de la organización e invitar a que sea visitado. Este artículo

lo incluirá alrededor de 125 palabras y pretende describir el sitio web de la organización e invitar a que sea visitado...Este artículo incluirá alrededor de 125 palabras y pretende describir el sitio web de la organización e invitar a que sea visitado.



### Prevenimos Juntos toda Forma de Maltrato Infantil

Este artículo contendrá 100 palabras y enlistará formas en que las organizaciones pueden apoyar técnica y financieramente a Conacmi. Este artículo contendrá 100 palabras y enlistará formas en que las organizaciones pueden apoyar técnica y financieramente a Conacmi. Este artículo contendrá 100 palabras

y enlistará formas en que las organizaciones pueden apoyar técnica y financieramente a Conacmi.

Este artículo contendrá 100 palabras y enlistará formas en que las organizaciones pueden apoyar técnica y financieramente a Conacmi. Este

artículo contendrá 100 palabras y enlistará formas en que las organizaciones pueden apoyar técnica y financieramente a Conacmi. Este artículo contendrá 100 palabras y enlistará formas en que las organizaciones pueden apoyar técnica y financieramente a Conacmi.



El desarrollo de nuestros programas ha permitido atender a XXX cantidad de niños y niñas ...

### Programas que Desarrollamos en Conacmi

Este artículo pretenderá explicar los cuatro programas que desarrollan en la entidad.

Programa de prevención, programa de investigación, programa de incidencia política y programa de atención. Este artículo pretenderá explicar los cuatro programas que desarrollan en la entidad.

Programa de prevención, programa de investigación,

programa de incidencia política y programa de atención. Este artículo pretenderá explicar los cuatro programas que desarrollan en la entidad.

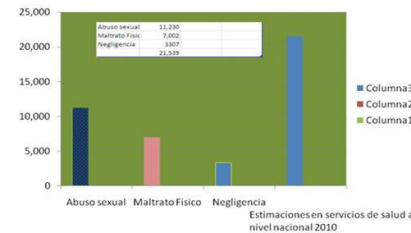
Programa de prevención, programa de investigación, programa de incidencia política y programa de atención. Este artículo pretenderá explicar los cuatro programas que desarrollan en la entidad.

Programa de prevención, programa de investigación, programa de incidencia política y programa de atención. Este artículo pretenderá explicar los cuatro programas que desarrollan en la entidad.

Programa de prevención, programa de investigación, programa de incidencia política y programa de atención

### El Maltrato en Cifras

#### Casos de Maltrato y Abuso Sexual Infantil Guatemala 2010



Más de once mil casos de abuso sexual contra niños y niñas son reportado anualmente a los servicios de salud nacional. Más de once mil casos de abuso sexual contra niños y niñas son reportado anualmente a los servicios de salud nacional. Más de once mil casos de abuso sexual contra niños y niñas son reportado anualmente a los servicios de salud nacional.

“EL SUBREGISTRO ES EVIDENTE YA QUE LA MAYOR PARTE DE CASOS DE NIÑOS MALTRADOS O ABUSADOS NO SON REPORTADOS A LOS SERVICIOS DE SALUD”

### Rompamos la Cultura del Silencio

Artículo de 75 palabras para hablar sobre las acciones llevadas a cabo por Conacmi para promover denuncia sobre casos de maltrato y abusos sexual infantil. Artículo de 75 palabras para hablar sobre las acciones llevadas a cabo por Conacmi para promover denuncia sobre casos de maltrato y

abusos sexual infantil. Artículo de 75 palabras para hablar sobre las acciones llevadas a cabo por Conacmi para promover denuncia sobre casos de maltrato y abusos sexual infantil. Artículo de 75 palabras para hablar sobre las acciones llevadas a cabo por Conacmi para promover denuncia sobre casos de maltrato y abusos sexual infantil.

Artículo de 75 palabras para hablar sobre las acciones llevadas a cabo por Conacmi para promover denuncia sobre





PREVENIMOS EL MALTRATO Y EL ABUSO SEXUAL INFANTIL DESDE HACE 20 AÑOS

Dirección :3a. Avenida 11-28  
zona 1 Edificio Guerra 5o.  
Nivel., Guatemala,  
Centroamérica

Teléfonos: 2220-7400 y  
22535303

Correo Electrónico:  
conacmi@gmail.com

## ¿Cómo pueden Apoyarnos?

*Escribir una lista de formas como la Conacmi podrá recibir ayudas financiera, técnicas o de recurso humano voluntario. Escribir una lista de formas como la Conacmi podrá recibir ayudas financiera, técnicas o de recurso humano voluntario. Escribir una lista de formas como la Conacmi podrá recibir ayudas financiera, técnicas o de recurso humano voluntario. Escribir una lista de formas como la Conacmi podrá recibir ayudas financiera, técnicas o de recurso humano voluntario. Escribir una lista de formas como la Conacmi podrá recibir ayudas financiera, técnicas o de recurso humano voluntario.*

## ¡Hagamos Equipo para Prevenir toda forma de Maltrato y Abuso Sexual Infantil!

### El Indispensable apoyo de los Medios de Comunicación



Pueden consultarnos sobre temas relacionados. Contamos con datos de primera mano para el abordaje del tema

Este artículo puede incluir 175-225 palabras.

Si el boletín es para plegarlo y enviarlo por correo, este artículo aparecerá en la parte posterior. Por tanto, es una buena idea que pueda leerse de un vistazo.

Un modo de llamar la atención del público es incluir una sección de preguntas y respuestas. Recopile preguntas que haya recibido desde la última edición o resuma algunas que se realicen con frecuencia acerca de su organización.

Una lista de los directores de la organización da un toque

personal al boletín. Si la organización es pequeña, quizá desee enumerar la lista de nombres de todos los empleados.

Si tiene precios de productos o servicios estándar, puede incluir una lista en este espacio. También puede hacer referencia a cualquier otro modo de comunicación que haya creado para su organización.

También puede utilizar este espacio para recordar a los lectores que marquen un evento periódico en el calendario, como un desayuno de negocios con los proveedores el tercer martes de cada mes

o una subasta benéfica bi-anual.

Si dispone de espacio, puede insertar una imagen prediseñada o algún otro gráfico.

**Apéndice 2**

**REUNIONES EJECUTIVAS CON LA JUNTA DIRECTIVA**

## Audiencia Primaria

### Reuniones Ejecutivas:

Objetivo General: Fortalecer los valores organizacionales de Conacmi para posicionar interna y externamente la misión institucional.

### Reunión No. 1:

<b>Tema:</b> Valores Organizacionales					
<b>Objetivo Específico Reunión 1:</b> Conocer la perspectiva de la junta directiva de sus valores organizacionales con el fin de establecer un listado específico de valores de la organización.					
<b>Tiempo</b>	<b>Actividad</b>	<b>Recursos</b>	<b>Metodología</b>	<b>Evaluación</b>	<b>Responsable</b>
20 minutos	Se lanzará a la junta directiva la siguiente pregunta: ¿Qué son los valores organizacionales?  Se socializarán las respuestas y se consensuará un concepto que responda al cuestionamiento.	Laptop  Cañonera	Metodología para el análisis de la construcción conjunta del listado de valores institucionales a partir de la discusión de preguntas dirigidas.	6 miembros de la directiva participan activamente en la reunión No.1  Se consensua una definición de Valores Organizacionales	Oneida Rodas
20 minutos	Se lanzará a la junta directiva la siguiente pregunta: ¿Cuáles son los valores organizacionales de Conacmi?  Se socializarán las respuestas y se consensuará un listado específico que responda al cuestionamiento.			Se establece un listado de al menos 6 valores organizacionales de Conacmi.	
20 minutos	Se lanzará a la junta directiva la siguiente pregunta: ¿Cómo incorporan a su gestión los valores organizacionales?  Se socializarán las respuestas y se consensuará un concepto que responda al cuestionamiento.			Se establece un listado de al menos 6 acciones concretas de cómo incorporar los valores institucionales a las gestiones de Conacmi.	



## Audiencia Primaria

### Reuniones Ejecutivas:

Objetivo General: Fortalecer los valores organizacionales de Conacmi para posicionar interna y externamente la misión institucional.

### Reunión No. 2:

<b>Tema: Misión Institucional</b>					
<b>Objetivo Específico Reunión 2:</b> Determinar la importancia del posicionamiento entre los colaboradores de Conacmi sobre la misión institucional.					
<b>Tiempo</b>	<b>Actividad</b>	<b>Recursos</b>	<b>Metodología</b>	<b>Evaluación</b>	<b>Responsable</b>
20 minutos	Se lanzará a la junta directiva la siguiente pregunta: ¿Cuál es la misión institucional de Conacmi?  Se socializarán las respuestas y se analizará respecto a la misión que ha sido instituida por Conacmi.	Laptop  Cañonera	Metodología para el análisis de la construcción conjunta del la importancia de la misión institucional y su posicionamiento entre los colaboradores de la organización a partir de la discusión de preguntas dirigidas..	6 miembros de la directiva participan activamente en la reunión No.2  Se consensua la definición de la misión institucional de Conacmi.  Se establece un listado de al menos 6 razones por las cuales es importante que tanto la junta directiva como los colaboradores de Conacmi conozcan la misión institucional  Se determina la relación entre conocer la misión y posicionar la imagen institucional	Oneida Rodas
20 minutos	Se lanzará a la junta directiva la siguiente pregunta: ¿Por qué es importante que tanto la junta directiva como los colaboradores de Conacmi conozcan la misión institucional?  Se socializarán las respuestas y se consensuará un listado específico que responda al cuestionamiento.				
20 minutos	Se lanzará a la junta directiva la siguiente pregunta: ¿Cómo podemos a través de la misión institucional posicionar mejor la imagen de Conacmi entre las organizaciones financieras?  Se socializarán las respuestas y se consensuará un concepto que responda al cuestionamiento.				

## Audiencia Primaria

### Reuniones Ejecutivas:

Objetivo General: Fortalecer los valores organizacionales de Conacmi para posicionar interna y externamente la misión institucional.

#### Reunión No. 3:

Tema: Importancia de la Comunicación Institucional					
Objetivo Específico Reunión 3: Establecer la importancia de la comunicación institucional para la divulgación de proyectos y logros a potenciales financistas y medios de comunicación.					
Tiempo	Actividad	Recursos	Metodología	Evaluación	Responsable
20 minutos	Se lanzará a la junta directiva la siguiente pregunta: ¿Cómo ha valorado hasta hoy la Conacmi la comunicación de sus logros y proyectos hacia públicos externos? Se socializarán las respuestas y se consensuará un concepto que responda al cuestionamiento.	Laptop Cañonera	Metodología para el análisis de la construcción conjunta de la importancia de la comunicación institucional a partir de la discusión de preguntas dirigidas.	6 miembros de la directiva participan activamente en la reunión No.1 Se consensua una definición de la importancia que Conacmi ha dado hasta hoy a la comunicación. Se establece un listado de las personas que serán responsables de la comunicación institucional de Conacmi. Se establece un listado de al menos 6 razones para dar a conocer logros y proyectos de Conacmi.	Oneida Rodas
20 minutos	Se lanzará a la junta directiva la siguiente pregunta: ¿Quiénes deben ser los responsables de la comunicación institucional de Conacmi? Se socializarán las respuestas y se consensuará un listado específico que responda al cuestionamiento.				
20 minutos	Se lanzará a la junta directiva la siguiente pregunta: ¿Cuál es la importancia de que Conacmi dé a conocer sus logros y proyectos a potenciales organismos financistas y a los medios de comunicación? Se socializarán las respuestas y se consensuará un concepto que responda al cuestionamiento.				

## Audiencia Primaria

### Reuniones Ejecutivas:

Objetivo General: Fortalecer los valores organizacionales de Conacmi para posicionar interna y externamente la misión institucional.

### Reunión No. 4:

Tema: Divulguemos en Voz Alta Nuestra Misión					
Objetivo Específico Reunión 4: Realizar un plan de acción para colaboradores internos de Conacmi con el fin de que reciban capacitación que les permita fortalecer sus valores organizacionales y manejar adecuadamente lo relacionado a la misión institucional.					
Tiempo	Actividad	Recursos	Metodología	Evaluación	Responsable
20 minutos	<p>Se lanzará a la junta directiva la siguiente pregunta:</p> <p>¿Por qué es importante que Conacmi divulgue a públicos externos su misión?</p> <p>Se socializarán las respuestas y se consensuará un concepto que responda al cuestionamiento.</p>	Laptop Cañonera	<p>Metodología para el análisis de la construcción conjunta un plan de acción dirigido a colaboradores de Conacmi a partir de la discusión de preguntas dirigidas.</p>	<p>6 miembros de la directiva participan activamente en la reunión No.1</p> <p>Se consensua una definición de la importancia de la divulgación de la misión a públicos externos.</p> <p>Se establece un listado de al menos 6 medios a través de los cuales Conacmi puede empezara a hacerse visible.</p> <p>Se establece un listado de al menos 6 acciones concretas que generarán en el plan de acción de esta estrategia para hacer más visible a la institución hacia públicos externos.</p>	Oneida Rodas
20 minutos	<p>Se lanzará a la junta directiva la siguiente pregunta:</p> <p>¿Cuáles son los medios que podemos utilizar para divulgar nuestra misión a públicos externos?</p> <p>Se socializarán las respuestas y se consensuará un listado específico que responda al cuestionamiento.</p>				
20 minutos	<p>Se lanzará a la junta directiva la siguiente pregunta:</p> <p>¿Qué acciones concretas podemos realizar para empezar a divulgar nuestra misión a públicos externos?</p> <p>Se socializarán las respuestas y se consensuará un concepto que responda al cuestionamiento.</p>				

# **TALLERES DIRIGIDOS A COLABORADORES DE CONACMI**

## **Audiencia Primaria**

### **Talleres**

Con base en el documento “Comunicación e Imagen en las ONGs”, del autor L Pau Salvador i Peris, se facilitarán dos talleres a las y los colaboradores de *Conacmi*.

**Objetivo:** Mejorar las habilidades comunicacionales del equipo humano de *Conacmi* para producir materiales que les permitan hacer más visibles sus logros institucionales.

#### **Taller 1: Imagen, Estrategia y Mercadeo**

##### **Contenidos:**

- La Imagen en las ONGs
- Estrategia empresarial e imagen corporativa
- El mercadeo en la ONGs

#### **Taller 2: Comunicación Institucional de Conacmi, una herramienta estratégica.**

##### **Contenidos:**

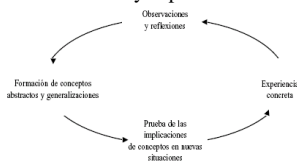
- La Especificidad de Mercadeo en las ONGs
- La Comunicación como Herramienta Estratégica en las ONGs
- Uso del logotipo de *Conacmi* en materiales impresos, presentaciones y documentación variada.

## Taller 1: Imagen, Estrategia y Mercadeo

**Objetivo General:** Mejorar las habilidades comunicacionales del equipo humano de *Conacmi* para producir materiales que les permitan hacer más visibles sus logros institucionales

**Participantes:** 20 colaboradores de Conacmi.

**Tiempo de duración:** 4 horas (240 minutos)

Tema: Imagen, Estrategia y Mercadeo					
Objetivo Específico Taller 1: Facilitar a los colaboradores de la organización herramientas de imagen, estrategia y mercadeo para que las apliquen en función de Conacmi.					
Tiempo	Actividad	Recursos	Metodología	Evaluación	Responsable
20 minutos	Presentación de cada uno de los participantes. Partiendo del nombre del taller, cada uno comentará sus expectativas respecto al taller. La facilitadora anota las expectativas en la pizarra o en un pliego de papel.	Laptop Cañonera Copia del folleto "Comunicación e Imagen en las ONGs", del autor L Pau Salvador i Peris para cada uno de los participantes 20 refrigerios Pizarrón y Marcadores Gafetes Pliegos de papel Masking teip	Ciclo de Kolb: esta metodología se basa en la acción como efecto transformador del conocimiento. Entre acción y acción se relaciona el resultado de conocimientos abstractos. Es una metodología muy eficaz para talleres que se quieran enfocar hacia la adquisición de habilidades y capacidades.  	20 colaboradores de Conacmi participan activamente en el taller 15 colaboradores trabajan la presentación <i>power point</i> asignada Los colaboradores participantes elaboran una lista de 5 conocimientos adquiridos en el presente taller y que pueden ser aplicados en función de Conacmi.	Oneida Rodas
20 minutos	Objetivos del taller: Se les explicarán a los participantes los objetivos para el presente taller y se analizará si estos están acorde a las expectativas.				
10 minutos	Se lee en voz alta el siguiente párrafo: "Entendemos la comunicación como un instrumento de gestión al servicio de la misión de toda organización. Con una buena estrategia de comunicación conseguiremos crear una imagen atractiva que haga que nuestros productos o ideas encuentren un espacio dentro de los diferentes modelos concurrentes. La imagen es una variable estratégica para las ONG, ya que permite crear y mantener una posición sólida frente a otras formas organizacionales. La gestión de la identidad corporativa en las ONG se convierte en un factor fundamental para captar donantes y voluntarios, y fidelizarlos como fruto del trabajo realizado... los gestores de la comunicación de las ONG tendrán el reto de cuidar y difundir aquellos elementos que se consideran importantes para el buen desarrollo de la actividad realizada y para situar la oferta en un marco social positivo." (Página 4 del documento)				

Tiempo	Actividad		Metodología	Evaluación	Responsable
40 minutos	<p>Se hacen grupos de 5 o 6 personas y se analiza lo anteriormente leído. Puede leerse nuevamente en el grupo si fuere necesario. Una vez analizado cada grupo responderá en un liego de papel las siguientes preguntas:</p> <p>¿Qué hace en la actualidad Conacmi para promover su misión institucional?</p> <p>Consideran ustedes que: ¿actualmente Conacmi promueve su identidad corporativa para captar nuevos donantes y voluntarios?, si, no ¿por qué?</p> <p>¿Qué creen ustedes que debe difundir o comunicar Conacmi para dar a conocer su imagen en forma positiva?</p>				
30 minutos	<p>Exposición de cada uno de los grupos. Un secretario(a) deberá tomar nota de las respuestas en la laptop porque luego se cruzarán resultados</p>				
20 minutos	Refrigerio				
10 minutos	Dinámica integradora (juego para integrar al grupo)				
25 minutos	Integración de respuestas. Se analizan coincidencias y diferencias. Conclusiones: importancia de la imagen institucional				
25 minutos	Charla: Estrategia Empresarial e Imagen Corporativa. Tiempo para preguntas y respuestas				
25 minutos	<p>Mercadeo en las ONGs. Lluvia de ideas en plenaria: ¿qué piensan de este término?, ¿es posible aplicar el mercadeo en las ONGs?, ¿Por qué abordamos este tema en este taller? Explicación puntual del tema a partir del documento utilizado.</p>				
10 minutos	<p>Evaluación del taller: Nuevos conocimientos Utilidad personal del taller Utilidad del taller para la Conacmi ¿Cómo podemos mejorar estos talleres? Tarea: realizar una presentación power point de 5 láminas sobre estrategia imagen y mercadeo para Conacmi, aplicando lo aprendido en esta sesión y presentarla en el taller No. 2</p>				

### Apéndice 3 Materiales de Imagen Institucional







**Playera para colaboradores  
Conacmi**

**ASOCIACIÓN NACIONAL  
CONTRA EL MALTRATO Y EL  
ABUSO SEXUAL INFANTIL**

3a. Avenida 11-28 zona 1  
Edificio Guerra 5o. Nivel.,  
Guatemala, Centroamérica

Teléfonos:  
2220-7400 y 22535303  
Correo Electrónico:  
[conacmi@gmail.com](mailto:conacmi@gmail.com)



Doctor Haroldo Oquendo  
*Representante Legal*

## **Apéndice 4: Video Institucional**

**Ver video adjunto**

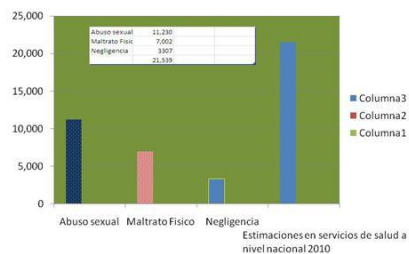
## Apéndice 5: Boletín Trimestral



# Conacmi Informa

Boletín trimestral  
01 –2011

### Casos de Maltrato y Abuso Sexual Infantil Guatemala 2010



El año 2010 cerró con 11,000 casos de abuso sexual hacia niños, niñas y adolescentes, reportados en los servicios de salud nacional.

Se considera que a pesar del elevado número de casos sigue prevaleciendo el sub registro, ya que la mayoría de niños que son maltratados o abusados no son trasladados a centros asistenciales nacionales.

El maltrato físico ocupa el segundo lugar en la estadística anual, con el reporte de más de 7,000 niños y niñas afectados por esta causa.

**¡Prevenamos juntos toda forma de maltrato y abuso infantil!**

### Lo que sucederá en el primer trimestre de 2011.

Amigas y amigos periodistas, les enviamos la agenda correspondiente al primer trimestre de 2011 referente a acciones en pro de la prevención del maltrato y el abuso sexual infantil en Guatemala. Agradecemos su cobertura.

- **Enero 22:** ñskdfjñisfjasdfpasrnpauyrfasndfiu
- **Enero 30:** {slkdjñisjdfñisjñisajñisjñisadñfjsañ
- **Febrero 9:** kldfoisafkñasdfiojasfnasj dñsadmj
- **Febrero 21:** ñlksdfnsdnfñisñ
- **Marzo 12:** ñlksjdfñiojsdfñisdfñposjdfñsdiu
- **Marzo 23:** ñlksjdfñisjdfñisjafñjaspdfñilskadñf

### Mayor Información

3a. Avenida 11-28 zona 1  
Edificio Guerra 5o. Nivel...  
Guatemala, Centroamérica

Teléfonos:  
2220-7400 y 22535303  
Correo Electrónico:  
conacmi@gmail.com  
www.eduquemosconternura.org

## Apéndice 6.1 Matrices de Monitoreo Mediático

### Matriz de Monitoreo de Medios de Noticias relacionadas con Maltrato y o Abuso Sexual de Niños, Niñas y Adolescentes en Guatemala

**Medios a Monitorear:** Todos los medios a monitorear corresponden a la prensa escrita guatemalteca. El encargado del monitoreo deberá realizar las siguientes acciones.

- Revisar diariamente los periódicos siguientes: Prensa Libre, Siglo XXI, Al Día, Nuestro diario, La Hora, El Diario de Centroamérica y El Periódico.
- Al ubicar alguna noticia relacionada con el tema deberá: recortar la nota, escanearla y llenar la matriz que se facilita a continuación.
- Digitalmente cada nota deberá tener un código con las iniciales correspondientes al diario y fecha de publicación:

Prensa Libre: PL

Siglo XXI: SV

Al Día: AD

Nuestro Diario: ND

La Hora: LH

Diario de Centroamérica: DCA

El Periódico.: EP

#### Ejemplo de matriz:

Diario	Fecha de Publicación	Página	Síntesis informativa	Código
Prensa Libre	03 de enero de 2011	14	Resuma acá en un máximo de 20 palabras la nota hallada	PL03012011

- Trimestralmente deberá incluir el resumen de las notas publicadas en el boletín “Conacmi Informa” y enviarlo a las organizaciones detalladas en la base de datos.

Apéndice 6. 2 Monitoreo de Muertes

Quincena Del 1 al 15 de abril de 2010

	Sexo	Edad	Tipo de muerte	Lugar del hecho	Municipio	Departamento	Hipótesis manejada	Observaciones	Fecha	Pagina	Medio
1	Masculino	17	Por arma de fuego	Parcelamiento 22 de octubre, Bárcenas	Villa Nueva	Guatemala	Según la PNC, se dedicaba a cobrar extorsiones en el sector	El menor fue encontrado junto a su hermano de 19 años con dos impactos de bala en la cabeza, así como golpes en la cara, tórax y abdomen.	02-abr	04-ene	Al Día
2	Masculino	17	Por arma de fuego	Kilómetro 84 ruta que comunica a puerto Quetzal	Masagua	Escuintla	Según PNC, fue asesinado en otro lugar y el cuerpo lo dejaron en la carretera	Fue enterrado como XX	03-abr	14	Nuestro Diario
3	Masculino	15	Por arma de fuego	35 avenida y 8a. Calle de la colonia El Rodeo, zona 7	Guatemala	Guatemala	El menor fue atacado a balazos en la entrada de su casa, no existía amenaza en su contra		03-abr	6	Nuestro Diario
4	Masculino	17	Por arma de fuego	5a avenida y 6a, calle de la colonia Belén, zona 7	Mixco	Guatemala	Según el MP, el móvil del crimen fue una venganza		04-abr	2	Nuestro Diario
5	Masculino	17	Por arma de fuego	lote5A sector 5, de la colonia Santa Faz, zona 6	Guatemala	Guatemala	Dos hombres ingresaron a la vivienda y le dispararon	En la vivienda se encontraban dos menores, sobrinos de uno de los fallecidos	06-abr	2	Nuestro Diario



## Monitoreo de tragedias

Quincena Del 1 al 15 de abril de 2009

	Sexo	Edad	Muerte	Lesiones	Tipo de tragedia	Fecha	Página	Medio
	Masculino	7	1		Accidental-se disparo con arma hechiza	01-abr	10	Al Día
	Masculino	4		1	Arma blanca	02-abr	18	Nuestro Diario
	Femenino	4	1		Asesinada	09-abr	2	Al Día
	Masculino	6	1		Ahogado	12-abr	6	Al Día
	Maculino	10		1	Colisión de vehículo	12-abr	8	Al Día
	Femenino	15		1	Colisión de vehículo	12-abr	8	Al Día
	Masculino	10	1		Caída	13-abr	7	Al Día
	Masculino	16	1		Caída	13-abr	3	Nuestro Diario
	Masculino	14		1	Caída	13-abr	3	Nuestro Diario
	Masculino	6	1		Atropellado	13-abr	11	Nuestro Diario
		17	1		Colisión de vehículo	14-abr	12	Nuestro Diario
	Masculino	13	1		Ahogado	13-abr	13	Nuestro Diario
	Masculino	4	1		Quemado	15-abr	12	Prensa Libre
	Femenino	40 días	1		Quemado	15-abr	12	Prensa Libre
<b>Total</b>	<b>0</b>		<b>15</b>	<b>13</b>				
<b>Totales</b>	<b>0</b>		<b>28</b>					



Apéndice 7: Logotipo Congreso





**IV CONGRESO NACIONAL DE PREVENCIÓN Y ATENCIÓN AL MALTRATO Y/O ABUSO SEXUAL**

**“LOS NIÑOS Y LAS NIÑAS PRIMERO”**

**“Modelos de Prevención y atención a niños y niñas víctimas de violencias”.**

**CONDUCTORA DEL EVENTO:**

*Licda. Oneida Rodas*

**DIA MIERCOLES 03 DE NOVIEMBRE DE 2010**

HORA	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	LUGAR
8:00 a 8:30	Inscripción, entrega de carpetas , gafetes y tickets de alimentación	Equipo de CONACMI	Hotel Radisson, 1 Av. 12-46 Zona 10, Guatemala
8:30 a 9:30	<p><b>ACTO DE INAUGURACIÓN</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Himno Nacional</li> <li>Bienvenida por el Lic. Miguel Ángel López , Director de la Asociación Nacional Contra el Maltrato Infantil CONACMI</li> </ol>	Licda. Oneida Rodas – COMUNICARES	

	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Palabras introductorias al congreso: Dra. Débora Cobar. Directora de Plan Internacional.</li> <li>4. Palabras del excelentísimo Embajador de Suecia, Sr. Michael Fruhlig</li> <li>5. Palabras de excelentísimo embajador de Francia</li> <li>6. Palabras de UNIC EF, Sr. Adriano González Regueral</li> <li>7. Inauguración del congreso por <a href="#">Licda. Zury Ríos</a> Congreso de la República.</li> </ol>		
<b>9:30 a 9:50</b>	Presentación Congreso	Dr. Haroldo Oquendo	
<b>9:50 a 10:30</b>	<b>CONFERENCIA INAUGURAL:</b> Interpretación de las diferentes formas de violencia que sufre la niñez y adolescencia (incluyendo la negligencia en desastres naturales). 40 Minutos	Dr. Mario Víquez	
<b>10:30 a 11:00</b>	<b>REFRIGERIO</b>	<b>HOTEL</b>	
<b>11:00 a 12:00</b>	<b>CONVERSATORIO:</b> Resultados de experiencias de abordaje en las violencias hacia niñez: <a href="#">El Refugio</a> , <a href="#">IEPADES</a> , <a href="#">Sobrevivientes</a> , , <a href="#">La ODHAG</a> , Hospital Niño Jesús de España, México y EEUU	Dr. Carlos Aldana Mendoza (moderador)  Lic. José Antonio Díaz Huertas-España	

		Licda. Marisol del Carmen Reyna Duarte-EEUU Licda. Cindy Trejo- Mexico	
<b>12:00 a 13:00</b>	<b>FORO:</b> Funcionamiento del Sistema de Protección Integral de la Niñez y Adolescencia, frente a las violaciones a los DDHH de la niñez y adolescencia. Experiencias de Guatemala y Costa Rica.	Dr. Mario Víquez –Costa Rica Lic. Miguel Ángel López CNA <a href="#">Lic. Silvia Palomo</a> SBS <a href="#">Consejo Nacional de Adopciones</a> PGN <b>Moderadora:</b> <a href="#">Dra. Vilma Morales</a>	
<b>13:00 a 13:10</b>	Explicación de dinámica de talleres	Licda. Oneida Rodas	
<b>13:10 a 14:00</b>	<b>ALMUERZO</b>	<b>HOTEL</b>	
<b>14:00 a 17:0</b>	<b>TALLERES SIMULTANEOS</b>		
<b>Los talleres estarán orientados a identificar las buenas prácticas para la prevención y/o atención de diferentes formas de violencia en contra de la niñez y adolescencia, incluyendo los desastres naturales. Se desarrollaran 8 talleres con 5 temas de manera simultánea.</b>			
	<b>Tipo Conferencia:</b>	<b>FACILITADORES/AS</b>	<b>LUGAR</b>
<b>01</b>	Experiencias en el abordaje terapéutico de niños, niñas maltratados y abusados sexualmente, desde la esfera de salud	Dr. José Antonio Díaz (60p) Hospital Niño Jesús – España	
<b>02</b>	Experiencias en la implementación de planes de prevención y atención a niñez y adolescencia vulnerable a los desastres naturales.	ODHAG (Esta pendiente de confirmarse)  (30 p*taller)	

03	Experiencias en la prevención del abuso sexual en contra de NNA,	<a href="#">Lic. Cesar Reyes</a> Movimiento Social por los Derechos de la Niñez y la Adolescencia (30p*taller)	
04	Prevención del abuso sexual desde la Escuela, con énfasis en VIH	COMUNICARES (30 p*taller)	
05	Modelo de atención y recuperación psicosocial a NNA víctimas sobrevivientes de maltrato infantil y/o abuso sexual CONACMI	Licda. Gloria Solares – Centro de Atención Psicosocial CONACMI (30p)	
06	<b>Modelo de atención y recuperación psicosocial a NNA víctimas sobrevivientes de maltrato infantil y/o abuso sexual en Estados Unidos. (ver nombre)</b>	Licda. Marisol del Carmen (30p)  Reyna Duarte – California, EEUU.	
07	<b>Conferencia:</b>  Experiencias en la identificación y atención de agresores sexuales	Licda. Cindy Trejo (60p) Organización Caracol, México	



## IV CONGRESO NACIONAL DE PREVENCIÓN Y ATENCIÓN AL MALTRATO Y/O ABUSO SEXUAL

### “LOS NIÑOS Y LAS NIÑAS PRIMERO”

“Modelos de Prevención y atención a niños y niñas víctimas de violencias”.

CONDUCTORA DEL EVENTO:

*Sandra Reyes*

DIA JUEVES 04 DE NOVIEMBRE DE 2010

HORA	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	LUGAR
8:00 A 8.10	Informaciones sobre el Desarrollo del Congreso	Sandra Reyes	Hotel
8:10 a 9:30	<b>CONFERENCIA:</b> Manejo de Protocolos en la atención a niños, niñas, maltratados y abusados sexualmente.	Dr. José Antonio Díaz Huertas- España	
9:30 a 10:15	<b>CONVERSATORIO:</b> Los agresores sexuales: Caracterización, estrategias para prevenir, identificar y proteger a los niños/as de los agresores sexuales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">Cesar Reyes.</a> Movimiento Social</li> <li>• Reina Marisol Reyna-EEUU</li> <li>• <a href="#">F. Sobrevivientes</a></li> <li>• <a href="#">Mini Honorato</a></li> <li>• Licda. Cindy Trejo-</li> </ul>	

		México Moderador: Dr. Haroldo Oquendo CONACMI	
<b>10:15 a 10:45</b>	<b>REFRIGERIO</b>	<b>HOTEL</b>	
<b>10:45 a 12:00</b>	<b>Conferencia:</b> Fortalecimiento al Sistema de Protección Social de la Niñez y Adolescencia.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dr. Mario Víquez. Costa Rica</li> </ul>	
<b>12:00 a 13:00</b>	Conversatorio sobre Experiencias sobre los modelos de protección de la Niñez y Adolescencia en España, Guatemala y Estados Unidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dr. José Antonio Díaz Huertas -España</li> <li>• Licda. Marisol del Carmen Reyna-EEUU</li> <li>• <a href="#">Lic. Saúl Interiano.</a></li> <li>• Licda. Cindy Trejo-México</li> </ul> Moderador: Lic. Miguel Ángel López	
<b>13:00 a 14:00</b>	<b>ALMUERZO</b>	<b>HOTEL</b>	
<b>14:00 a 17:00</b>	<b>Las 5 mesas abordaran los 5 ejes de trabajo definidos a continuación</b>	<b>FACILITADORES</b>	<b>LUGAR</b>
<b>01</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificación de las diferentes formas de violencia en contra de la Niñez y Adolescencia, desde las experiencias de los actores/as, desde el ámbito nacional, departamental, municipal y comunitario.</li> </ul>	Licda. Nora Chojolán Licda. Andrea Méndez	
<b>02</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caracterización de los agresores sexuales. Quienes son, como lo hacen, respuesta de la comunidad, frente a los agresores. desde la experiencia de los actores/as, desde el ámbito nacional, departamental, municipal y comunitario.</li> </ul>	Licda. Silvia Lucrecia Bepfi Lic. Cesar Reyes	
<b>03</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Quienes conforman y cómo funciona el Sistema de Protección Integral desde la experiencia de los actores/as. Desde el ámbito</li> </ul>	Licda. Verónica Paz	

	nacional, departamental, municipal y comunitario.	Lic. Saúl Interiano	
<b>04</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Intercambio de experiencias (buenas prácticas) para la prevención de las diferentes formas de violencia sexual, desde la experiencia de los actores, en el ámbito nacional, departamental, municipal y comunitario.</li> </ul>	Licda. Ana Ralda UNIFEM	
<b>05</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Intercambio de experiencias (buenas prácticas) para la atención de las diferentes formas de violencia sexual, desde la experiencia de los actores, en el ámbito nacional, departamental, municipal y comunitario.</li> </ul>	Dra. Mirta Iraeta Licda. Emma Estrada	
<b>06</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Plenaria de cada una de las mesas de trabajo. Acuerdos.</li> </ul>		





## IV CONGRESO NACIONAL DE PREVENCIÓN Y ATENCIÓN AL MALTRATO Y/O ABUSO SEXUAL

### “LOS NIÑOS Y LAS NIÑAS PRIMERO”

“Modelos de Prevención y atención a niños y niñas víctimas de violencias”.

CONDUCTORA DEL EVENTO:

*Licda. Dora Ortega*

DIA VIERNES 05 DE NOVIEMBRE DE 2010

HORA	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	LUGAR
8:00 A 8.10	Informaciones sobre el Desarrollo del Congreso	Licda. Dora Ortega	
8:10 a 8:40	Presentación de acuerdos de mesas de trabajo	Coordinadores de mesas Lic. Miguel Ángel López	
8:40 a 9:20	<b>Conferencia:</b> Presentación del Protocolo de atención a niños, niñas maltratados. Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social	Dra. Frida Sandoval	

9:20 a10:15	<p><b>CONVERSATORIO:</b> Las experiencias de trabajo, de las Unidades de Atención Psicosocial de los Hospitales Nacionales de Jalapa, Puerto Barrios, Salamá, Escuintla y Guatemala, en casos de Maltrato y /o abuso sexual en Contra de NNA.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salamá (</li> <li>• Puerto Barrios (<a href="#">Licda. Ineba Flores</a>)</li> <li>• Jalapa (<a href="#">Licda. Mirna Orellana</a>)</li> <li>• Escuintla (<a href="#">Jazmín Palencia</a>)</li> <li>• Guatemala -CONACMI</li> </ul> <p>Moderador: Dr. Haroldo Oquendo CONACMI</p>	
10:15 a10:45	<b>REFRIGERIO</b>	<b>HOTEL</b>	
10:45 a 12:30	<p><b>INTERCAMBIO</b> de experiencias en el manejo de planes de prevención y atención psicosocial a la niñez y adolescencia en casos de desastres naturales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CRUZ ROJA</li> <li>• PLAN INTERNACIONAL</li> <li>• <a href="#">CONRED</a></li> <li>• Escuela de Psicología USAC</li> <li>• ACEDIF</li> <li>• COMUNICARES</li> </ul>	
12:30 a13:00	<p><b>Declaración del Congreso.</b></p> <p><b>Presentación de conclusiones y propuestas por ejes de trabajo.</b></p> <p><b>Clausura</b></p>	Lic. Byron Alvarado	

## Apéndice 9: Afiche Congreso

CONACMI y la Red de Prevención y Atención del Maltrato y el Abuso Sexual a Niños, Niñas y Adolescentes; con el apoyo de Plan Internacional invitan al

# IV CONGRESO NACIONAL DE PREVENCIÓN Y ATENCIÓN AL MALTRATO Y/O ABUSO SEXUAL "LOS NIÑOS Y LAS NIÑAS PRIMERO"



**3, 4 y 5 de  
Noviembre del 2010.**

**Hotel Radisson,  
1 Avenida 12-46 Zona 10,  
Guatemala**

**Profesionales Q.150.00 - Estudiantes Q.100.00**  
(El precio incluye almuerzos y refrigerios de los tres días; materiales, conferencias, foros, mesas de trabajo, talleres y diploma).

### Inscripciones:

- Personalmente en las Instalaciones de CONACMI:  
3ra. avenida. 11-28, zona 1, Edificio Guerra 5 Nivel.
- O realizar un depósito a la cuenta monetaria  
de la Asociación Nacional Contra el Maltrato Infantil CONACMI  
No. 002-005264-7, del Banco Industrial,  
y luego llamar para confirmar el depósito.

### Mayor Información:

Teléfonos: 2220-7400 • 2253-2984 • 2253-5303  
Correo electrónico: [congresoconacmi@gmail.com](mailto:congresoconacmi@gmail.com)  
Página web: [www.eduquemosconternura.org](http://www.eduquemosconternura.org)  
Búscanos en Facebook: Congreso "Los Niños y las Niñas Primero"





## Apéndice 11: Boletín de prensa para lanzamiento Congreso

**Asociación Nacional Contra el Maltrato Infantil**  
3a Avenida 11-28 zona 1  
Edificio Guerra 5o. Nivel

Teléfonos:  
2220-7400 y 22535303  
Correo Electrónico: [conacmi@gmail.com](mailto:conacmi@gmail.com)  
[www.eduquemosconternura.org](http://www.eduquemosconternura.org)



### **BOLETÍN DE PRENSA** **“LOS NIÑOS Y LAS NIÑAS PRIMERO”**

Las estimaciones en servicios de salud a nivel nacional indican que en lo que va del 2010; 11,230 niños y niñas han sido abusados sexualmente; 7,002 han sido maltratados físicamente, y 3,307 han sido tratados en forma negligente en sus mismos hogares. La Asociación Nacional Contra el Maltrato Infantil CONACMI afirma que en Guatemala 8 de cada 10 niños y niñas reciben algún tipo de maltrato.

En respuesta a esta situación, y con el deseo de generar *Modelos de Prevención y Atención a Niños y Niñas Víctimas de Violencias*, CONACMI, con el apoyo de Plan Internacional Guatemala, llevará a cabo el **IV Congreso Nacional “Los Niños y Las Niñas Primero”** en donde expertos internacionales y nacionales abordarán experiencias y generarán nuevas propuestas en un contexto de alta vulnerabilidad como lo es Guatemala.

Por este medio se invita a los medios de comunicación a participar en el acto de inauguración en donde participarán las siguientes personalidades:

- Lic. Miguel Ángel López , Director de la Asociación Nacional Contra el Maltrato Infantil CONACMI
- Dra. Débora Cobar. Directora de Plan Internacional
- Excelentísimo Embajador de Suecia, Sr. Michael Fruhlg
- Excelentísimo embajador de Francia Sr. Philippe Bastelica
- Representante de UNICEF, Licda. Dora Alicia Muñoz

Además, los expertos internacionales estarán a disposición de la prensa para responder a sus preguntas sobre el tema del maltrato y el abuso sexual a niños y niñas.

Invitamos a los medios de comunicación para que nos acompañen:

**Inauguración: Miércoles 03 de noviembre a las 8:30 horas**

**Lugar: Hotel Radisson, 1ª. Avenida 12-46, Zona 10**

**Salón: Las Flores, Tercer Nivel**

Se adjunta el programa completo del IV Congreso para que las y los periodistas que deseen abordar algún tema en particular conozcan en detalle los horarios para entrevistar a los expertos correspondientes.

**Mayor información:**

**Licda. Oneida Rodas – Coordinadora de Medios - CONACMI**

**Teléfonos: 4934 3029, 2277 9504, 2438 1343, 5651 2693**

[oneidarodas@gmail.com](mailto:oneidarodas@gmail.com)



## CALENDARIZACIÓN RONDA MEDIÁTICA, CONGRESO CONACMI 2010

Medio de Comunicación y Programa Específico	Fecha Primer Contacto	Fecha de asistencia del personero de CONACMI al medio	Persona de contacto en el medio de comunicación, e-mail y teléfono	Tiempo total que se le dará al aire al tema de CONACMI	Llamadas a CONACMI a raíz de esta intervención en el medio de comunicación interesados en el Congreso
Canal Antigua, Matutino Express	Viernes 08 de octubre	Lunes 11 de octubre	Srita. Emeline Guzmán, <a href="mailto:www.chumina@gmail.com">www.chumina@gmail.com</a> , 2222 8800	15 minutos	
Canal Antigua, De los 20 a Los 50	Viernes 08 de octubre	Martes 19 de octubre	Licda. Catherine Gregg, <a href="mailto:cgregg@canalantigua.com">cgregg@canalantigua.com</a> , 2222 8800	30 minutos	
Radio Punto FM 90.5 Punto de Vista	Jueves 07 de octubre	Lunes 25 de octubre	Lic. Oscar Lezzer <a href="mailto:olezzer@radiopunto.net">olezzer@radiopunto.net</a> 2412 8484	Una hora	
Canal 7 Noti 7	Lunes 11 de octubre	Pendiente	Lic. Arturo Martínez <a href="mailto:Arturo.martinez@notiy.com.gt">Arturo.martinez@notiy.com.gt</a> , 2410 3060	Pendiente	
Radio Nuevo Mundo En Familia	Martes 12 de octubre	Jueves 28 de octubre	Licda. Marina Coronado <a href="mailto:Enfamilia9@hotmail.com">Enfamilia9@hotmail.com</a> , 2285 1212	Una hora	
Radio Sonora 60 Minutos	Viernes 08 de octubre	Pendiente	Lic. Eduardo Guerra <a href="mailto:guayoguerra@hotmail.com">guayoguerra@hotmail.com</a> Cel. 41500644	Pendiente	

Medio de Comunicación y Programa Específico	Fecha Primer Contacto	Fecha de asistencia del personero de CONACMI al medio	Persona de contacto en el medio de comunicación, e-mail y teléfono	Tiempo total que se le dará al aire al tema de CONACMI	Llamadas a CONACMI a raíz de esta intervención en el medio de comunicación interesados en el Congreso
Emisoras Unidas A Primera Hora	Viernes 08 de octubre	Pendiente	Licda. Claudia Fajardo <a href="mailto:patrullajeinformativo@emisorasunidas.com">patrullajeinformativo@emisorasunidas.com</a> , 2421 5353	Pendiente	
Canal 3 Al Filo de la Noche	Viernes 08 de octubre	Jueves 14 de octubre	Licda. Blanca López <a href="mailto:blanca.lopez@canal3.com.gt">blanca.lopez@canal3.com.gt</a> , 2410 3000	30 minutos	
Clásica 106.5 El Clásico Mañanero	Martes 12 de octubre	Viernes 22 de octubre	Lic. Hugo Vásquez <a href="mailto:hugo@rcn.com.gt">hugo@rcn.com.gt</a> , 2411 2030	30 minutos	
Canal 7 Nuestro Mundo por la Mañana	Viernes 08 de octubre	Viernes 29 de octubre	Licda. Anahí Keller <a href="mailto:anahy.keller@canal3.com.gt">anahy.keller@canal3.com.gt</a> , 2410 3000	15 minutos	
Guatevisión Viva la Mañana	Lunes 11 de octubre	No dieron el espacio	Lic. Ricardo García Santander <a href="mailto:vival@guatevision.com">vival@guatevision.com</a> 2328 6050	No dieron el espacio	
Radio Infinita Sex y Talk	Viernes 08 de octubre	Lunes 28 de octubre	Licda. Yosahandi Alcalá <a href="mailto:ayadcer@yahoo.com.mx">ayadcer@yahoo.com.mx</a> 5202 7746	Promoción exclusiva del congreso, 5 minutos	

Medio de Comunicación y Programa Específico	Fecha Primer Contacto	Fecha de asistencia del personero de CONACMI al medio	Persona de contacto en el medio de comunicación, e-mail y teléfono	Tiempo total que se le dará al aire al tema de CONACMI	Llamadas a CONACMI a raíz de esta intervención en el medio de comunicación interesados en el Congreso
Radio Infinita Versus	Viernes 08 de octubre	No dieron el espacio	Licda. Isabel Barrientos <a href="mailto:Isabel@radioinfinita.com">Isabel@radioinfinita.com</a> 2369 7387	No dieron el espacio	
Radio Universidad Así es la Vida	Lunes 11 de octubre	Pendiente	Lic. Oscar Monzón <a href="mailto:ecocaine@yahoo.com">ecocaine@yahoo.com</a> , 2220 9578	Pendiente	
Radio FM Joya 93.3	Viernes 22 de octubre	Realizarán un spot de radio para promover el Congreso	Licda. Maria Antonieta Mux <a href="mailto:amxmar@gmail.com">amxmar@gmail.com</a> Lic. Gustavo Castillo <a href="mailto:Julia.obregon@gretsa.com.gt">Julia.obregon@gretsa.com.gt</a> , 2410 3300	Spot de radio gratuito 8 veces por día durante 10 días	